

РЕПУБЛИКА СРБИЈА
АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
ГРАДСКО ВЕЋЕ
Број: 669/2023-II
Дана: 20. јуна 2023. године
НОВИ САД

**ПРЕДСЕДНИЦИ
СКУПШТИНЕ ГРАДА НОВОГ САДА**

На основу члана 142. Пословника Скупштине Града Новог Сада, упућује Вам се Предлог програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године, са Образложењем и Закључком Градског већа Града Новог Сада број: 669/2023-II од 20. јуна 2023. године, с молбом да се Предлог програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године, уврсти у дневни ред седнице Скупштине Града Новог Сада и да Скупштина донесе Програм у предложеном тексту.

ГРАДОНАЧЕЛНИК

Милан Ђурић



На основу члана 67. тачка 1. Статута Града Новог Сада («Службени лист Града Новог Сада», број 11/19), Градско веће Града Новог Сада, поводом разматрања Нацрта програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године, на 59. седници од 20.06. 2023. године, доноси

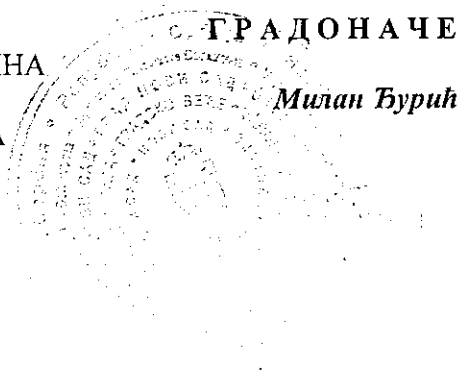
ЗАКЉУЧАК

- I. Утврђује се Предлог програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године.
- II. У складу са чланом 142. Пословника Скупштине Града Новог Сада, доставља се председници Скупштине Града Новог Сада Предлог програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године, и предлаже Скупштини Града Новог Сада да донесе овај програм у предложеном тексту.
- III. За представника предлагача на седници Скупштине Града Новог Сада и њених радних тела одређује се :
 - Милорад Радојевић, члан Градског већа Града Новог Сада,
 - а за повереника:
 - Саша Билиновић, в.д.начелника Градске управе за привреду.

РЕПУБЛИКА СРБИЈА
АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
ГРАДСКО ВЕЋЕ ГРАДА НОВОГ САДА
Број : 669/2023-III
Дана:20.06.2023. године
Н О В И С А Д

ГРАДОНАЧЕЛНИК

Милан Бурић



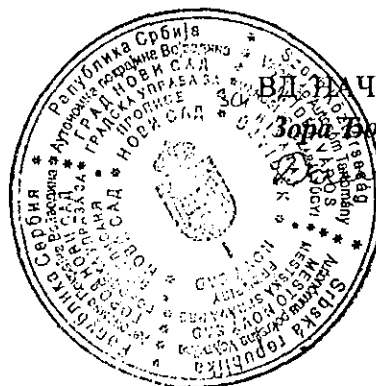
РЕПУБЛИКА СРБИЈА
АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
ГРАДСКА УПРАВА ЗА ПРОПИСЕ
Број: XVI-012-01/2023-284
30. мај 2023. године
НОВИ САД

ГРАДСКО ВЕЋЕ
ГРАДА НОВОГ САДА

ПРЕДМЕТ: Мишљење на Нацрт програма развоја туризма Града Новог Сада за
период 2023 – 2025. године

Градска управа за прописе размотрила је Нацрт програма развоја туризма Града
Новог Сада за период 2023 – 2025. године.

Градска управа за прописе нема примедби на Нацрт програма.



ВД: НАЧЕЛНИЦЕ

Зори Ђорђевић

Датум: 30. мај 2023.

ОБРАЗЛОЖЕЊЕ

Правни основ за доношење Програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године (у даљем тексту: Програм), садржан је у члану 12. Закона о туризму („Службени гласник РС“, број 17/19), Правилнику о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86/20), Стратегији развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године („Службени гласник РС“, број 98/16) и члану 16. тачка 4. Статута Града Новог Сада ("Службени лист Града Новог Сада", број 11/19).

У члану 12. Закона о туризму, аутономна покрајина и јединица локалне самоуправе, у оквиру својих надлежности утврђених законом којим се уређује локална самоуправа и посебним законом, доносе програм развоја туризма у складу са Стратегијом. Програм развоја туризма, аутономна покрајина и јединица локалне самоуправе достављају Министарству на претходно мишљење.

Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма ближе се прописује садржина и начин израде програма развоја туризма.

Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године припремљена је у складу са чланом 7. Закона о туризму. Основна студија Стратегије нарочито садржи: анализу постојећег стања и досадашњег степена развоја туризма, упоредну анализу туризма конкурентских земаља, анализу предности и недостатака туризма, пословну мисију, визију и циљеве развоја туризма, избор приоритетних туристичких производа, предлог приоритетних туристичких дестинација, анализу утицаја на културно наслеђе и природна добра и предлог политике развоја туризма.

Чланом 16. тачка 4. Статута Града Новог Сада прописано је да Град преко својих органа, у складу са Уставом и законом доноси програме развоја Града, као и стратешке планове и програме локалног економског развоја, предузима активности за одржавање постојећих и привлачење нових инвестиција и унапређује опште услове пословања.

У складу са прописима и надлежностима Градска управа за привреду је у оквиру Финансијског плана прихода и примања и расхода и издатака за 2022. годину и Плана јавних набавки Градске управе за привреду Града Новог Сада за 2022. годину, планирала поступак Јавне набавке услуга - Израда Програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године (планиран је износ од 5.000.000,00 динара). Након спроведеног поступка јавне набавке услуга, Уговор је додељен најповољнијем понуђачу – групи понуђача (износ од 4.152.000,00 динара) у складу са условима из Конкурсне документације, и то: Сеоски туризам Србије из Љига и Бранко Красојевић предузетник, Агенција за консалтинг и менаџмент у туризму из Београда, који су испунили све уговорне обавезе и коначну верзију Програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године доставили Градској управи за привреду дана 01.02.2023. године. Министарство туризма и омладине дало је позитивно мишљење на предметни документ број 011-00-39/2023-03 од дана 17.05.2023. године.

Програм садржи 10 поглавља, Акциони план, закључно разматрање, као и попис табела, шема, графикана и скраћеница. Прилог овог документа чини истраживање посетилаца Града Новог Сада које је обавила Туристичка организација Града Новог Сада током октобра 2022. године.

Уводне напомене представљају кратак преглед – образложење свих поглавља, као и актере који су узели учешће у изради овог документа.

Методологија рада садржи информације о примењеним методама и техникама истраживања, начину обраде података и стручном тиму, као и опис тока реализације Програма, кроз неколико фаза – тематских целина: ситуациона и тржишна анализа, план конкурентности и Акциони план.

Плански основ за израду Програма садржан је одредбама Закона о туризму, важеће Стратегије развоја туризма Републике Србије и других прописа Републике Србије, као и аката донетих од стране локалне самоуправе, који су од значаја за туризам. Такође је дат табеларни преглед планске и стартешке документације.

Опште информације о Граду Новом Саду представљене су анализом ресурсне основе развоја туризма Новог Сада, а у делу који се односи на: географске, демографске и климатске карактеристике, културно-историјско наслеђе и природне вредности, саобраћајну и комуналну инфраструктуру као и степен привредног развоја. Табеларно су приказане културне, историјске, као и природне туристичке атракције.

Анализа постојећег стања развоја туризма Града Новог Сада описује тренутно стање и пружа увид у аналитику развоја туризма. Приказани су кључни показатељи туристичког промета за последњих пет година, као што су: обим и структура долазака и ноћења туриста, просечно задржавање једног туристе и остварен приход од боравишне таксе. У овом поглављу дат је и институционални оквир који обухвата организације туристичког сектора на нивоу туризма Новог Сада. Анализа кључних туристичких производа, заједно са описом тематских зона са својим специфичностима за развој туристичких производа, дата је дескриптивно и табеларно. Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета према врсти, броју објеката, учешћу, броју смештајних јединица, броју кревета и броју индивидуалних лежајева приказана је на дан 31.12.2022. године. Такође, урађена је и анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства.

За анализу предности и недостатака Новог Сада као туристичке дестинације коришћена је SWOT анализа.

Анализа кључних туристичких тржишта од значаја за развој туризма и маркетинг активности Града Новог Сада подељена је на три дела. Геосегменти подразумевају најзначајније сегменте тржишта према географском критеријуму, односно земљама из којих долазе туристи. Циљни или тржишни сегменти представљају сегменте тржишта издвојене на основу различитих критеријума, попут: старости, платежне способности, породичног статуса, мотива посете и слично. Маркетинг активности обухватају кључне алате за промоцију туристичке понуде Новог Сада, коју организује и извршава Туристичка Организација Града Новог Сада, користећи комбиновано, дигиталне и традиционалне маркетинг алате.

Правци развоја туризма Новог Сада дефинисани су кроз циљеве развоја. План имплементације и операционализације циљева објашњен је детаљно кроз Акциони план, где се могу сагледати оперативни циљеви, мере, активности и рокови имплементације за сваки дефинисан циљ развоја туризма. Развојни модел, циљеви и пројекције садрже основне принципе и смернице политике развоја одрживог туризма на територији Новог Сада, који су такође усклађени са циљевима одрживог развоја туризма дефинисаним у Стратегији, чиме се осигурава оквир за одрживи развој туризма и континуирано повећање конкурентске способности и позиције туристичког сектора Новог Сада.

План конкурентности садржи мере за унапређење пословног амбијента за развој туризма у АП Војводини и Новом Саду, а садржи и мере за унапређење пословног амбијента за развој туризма. Приказан је план инвестиционих пројеката који подразумева усклађеност пројеката са

Стратегијом и осталим планским документима Републике Србије, АП Војводине и Града Новог Сада, процењену вредност пројеката, имовинско-правни статус, носиоце реализације, начине и изворе финансирања, рокове за реализацију и очекиване ефекте.

Из претходних поглавља проистекла је визија и мисија Новог Сада као туристичке дестинације.

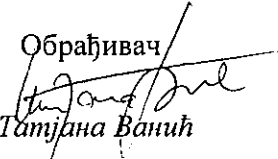
Програм садржи и Предлог кључних инвестиционих пројеката Града Новог Сада који се налази у Плану јавних инвестиција Града Новог Сада (у даљем тексту План) за период од 2022. до 2024. године, бр. П-020-4/2021-75/б од 10.12.2021. године и П-020-4/2022-35/б од 17.06.2022. године. Део инвестиционих пројеката Плана који су повезани са туризмом приказан је табеларно.

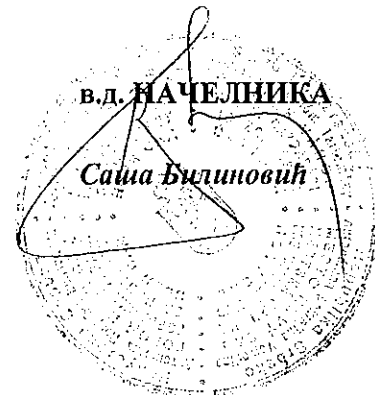
Модел управљања туристичком дестинацијом предлаже модификацију садашње организационе шеме, као и опис кључних актера.

Акциони план имплементације Програма развоја туризма Града Новог Сада за период од 2023. до 2025. године темељи се на потребама за даљи развој дестинације у области туризма на основу тренутних околности и закључака који произилазе из анализе стања, визије развоја дестинације, циљева и приоритета и активности планираних по годинама трајања плана.

Програм има за циљ да се туризму приступи системски, не само кроз економске показатеље (као могућем одрживом извору стварања нове додатне вредности и запошљавања), већ и кроз мултипликативне ефекте које туризам има на укупан друштвено-социјални развој, локални и регионални развој, на развој културе и образовања, унапређење животне средине и на развој комплементарних делатности (трговине, пољопривреде, грађевинарства и др).

На основу напред наведеног предлаже се Скупштини Града Новог Сада да Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године, донесе у предложеном тексту.

Обрађивач

Татјана Ванић



На основу члана 12. Закона о туризму („Службени гласник РС“, број 17/19), Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86/20), Стратегије развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године („Службени гласник РС“, број 98/16) и члана 16. тачка 4. Статута Града Новог Сада („Службени лист Града Новог Сада“, број 11/19), Скупштина Града Новог Сада на _____ седници од _____ 2023. године, доноси

ПРОГРАМ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ГРАДА НОВОГ САДА ЗА ПЕРИОД 2023-2025. ГОДИНЕ

САДРЖАЈ

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ.....	3
2. МЕТОДОЛОГИЈА РАДА	4
3. ПЛАНСКИ ОСНОВ ЗА ИЗРАДУ ПРОГРАМА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ГРАДА НОВОГ САДА.....	6
4. ОПШТЕ ИНФОРМАЦИЈЕ О ГРАДУ НОВОМ САДУ	12
4.1 Географске, демографске и климатске карактеристике.....	12
4.2. Културно-историјско наслеђе	13
4.3. Саобраћајна и комунална инфраструктура	20
4.4. Степен привредног развоја туризма Града Новог Сада.....	23
5. АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ СТАЊА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ГРАДА НОВОГ САДА.....	26
5.1 Кључни показатељи туристичког промета у последњих пет година на територији Града Новог Сада.....	26
5.2 Организације туристичког сектора на нивоу туризма Града Новог Сада.....	29
5.3. Анализа кључних туристичких производа	31
5.4 Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета.....	42
5.5 Анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства	44
5.6 Активности на развоју туристичких производа	45
6. SWOT АНАЛИЗА	47
7. АНАЛИЗА КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ТРЖИШТА ОД ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ ГРАДА НОВОГ САДА	51
8. РАЗВОЈНИ МОДЕЛ, ЦИЉЕВИ И ПРОЈЕКЦИЈЕ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ГРАДА НОВОГ САДА	58
9. АНАЛИЗА И ПЛАН КОНКУРЕНТНОСТИ СА ПРЕДЛОГОМ КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТАТА	60
10. МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ	72
11. АКЦИОНИ ПЛАН	76
12. ЗАКЉУЧНО РАЗМАТРАЊЕ	82
13. ПОПИС ТАБЕЛА, ШЕМА, ГРАФИКОНА И СКРАЋЕНИЦА	83
14. КОРИШЋЕНА ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА	86
15. ПРИЛОГ 1 - ИСТРАЖИВАЊЕ ПОЦЕТИЛАЦА ГРАДА НОВОГ САДА	87
16. СТУПАЊЕ НА СНАГУ И ДАТУМ ОБЈАВЉИВАЊА	97

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023 - 2025. године (у даљем тексту: Програм) припремљен је у складу са Законом о туризму Републике Србије („Сл. Гласник РС“, број 17/19), Законом о угоститељству („Сл. Гласник РС“, број 17/19), и усаглашен је са усвојеном Стратегијом развоја туризма Републике Србије за период 2016 – 2025. („Сл. гласник РС“, број 98/16). Програм је такође усаглашен са Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма („Сл. Гласник РС“, број 86/20).

Главни циљ Програма је да дефинише ресурсе и атракције Новог Сада, као и опште услове за унапређење туризма, да их постави у заокружени, функционални и одржив систем за интегралну промоцију и комерцијализацију, као и да доведе до креирања туристичких производа који ће допринети већој конкурентности туристичке дестинације. Циљ документа је да омогући јасан путоказ планског развоја дестинације и након 2025. године, а на основу визије кључних актера, тј. доносилаца одлука из јавног и приватног сектора.

Документ дефинише методологију и процедуре рада у свом првом делу. Наредни део документа односи се на ситуациону анализу која укључује следеће компоненте: географске, демографске и климатске карактеристике. Културно историјско наслеђе и природне атракције, саобраћај и комуналну инфраструктуру, степен привредног развоја, преглед планских докумената, кључне показатеље туристичког промета, анализу туристичких производа, анализу људских ресурса, анализу маркетинга, и коначно SWOT анализу дестинације. Пратећи детаљну анализу стања, следећа целина документа дефинише плански оквир развоја туризма дестинације који обухвата следеће: развој туристичких производа, дефинисање тржишних сегмената и приоритетних тржишта, развој туристичких искуствених зона и развојни модел, циљеви и пројекције одрживог развоја туризма Града Новог Сада.

У поглављу 10 се дефинише план конкурентности са предлогом кључних инвестиционих пројеката и то:

1. План инвестиција - усмерен на капиталне пројекте са задатком унапређења конкурентности дестинације на домаћем и међународном тржишту;
2. Подизање капацитета људских ресурса у туризму - са задатком унапређења опште конкурентности туристичке понуде и искустава дестинације кроз плански приступ подизања капацитета знања и вештина актера на дестинацији;
3. Унапређење бренда, маркетинга и сарадње између субјеката туризма - дефинише планске кораке маркетинга и продаје дестинације, дефинисање бренда и започињање процеса брендирања у односу на постављене туристичке производе, дефинисана приоритетна тржишта и тржишне сегменте као и умрежавање између субјеката од значаја за развој туризма.

Последње целине документа представљају дефинисање управљачког модела дестинације и Акциони план који све смернице и препоруке ставља у временски оквир и јасно дефинише приоритете, мере, активности, одговорне стране, индикаторе мерења успешности задатака и изворе финансирања. Мере акционог плана су дефинисане према општим, посебним и појединачним циљевима.

На крају, захваљујемо се на указаном поверењу и додељеном пројекту израде „Програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године”. Програм је конципиран на начин да буде оперативан и применљив и да послужи свим представницима јавног и приватног сектора у усмеравању својих активности развоја туризма.

Аутори се захваљују представницима Града Новог Сада, Туристичкој организацији Града Новог Сада, као и свим представницима приватног, цивилног и академског сектора на партиципативном приступу изради Плана, одвојеном времену за консултативне састанке и радионице, као и на корисним сугестијама, предлозима и изнесеној визији развоја туризма дестинације Нови Сад.

2. МЕТОДОЛОГИЈА РАДА

Методологија рада садржи информације о примењеним методама и техникама истраживања, начину обраде података и стручном тиму. Реализација Програма одвија се кроз неколико фаза – тематских целина:

1. Ситуациона и тржишна анализа
2. План конкурентности
3. Акциони план

Током израде документа, аутори су се водили принципом партиципативног приступа изради документа и одржали консултативне састанке и интервјуе с хотелијерима, локалном туристичком организацијом и другим заинтересованим странама на дестинацији. Интервјуи и састанци одржани су током марта и априла 2022. године.

При изради документа коришћени су и следећи извори података:

- Закони, правилници као и стратешка документа на локалном, регионалном и националном нивоу, који су од значаја за дефинисање планских оквира развоја туризма дестинације;
- Публикација општине и региони у Србији, Републички Завод за статистику;
- Подаци о туристичком промету у Републици Србији и категоризацији угоститељских објеката у Србији и сл. које издаје и објављује Министарство туризма и омладине;

- Истраживања о задовољству посетилаца добијени од стране Туристичке организације Града Новог Сада;
- Стратегије развоја туризма Републике Србије за период 2016–2025;
- Истраживање туриста спроведено за потребе Стратегијског маркетинг плана туризма Републике Србије до 2025. године;
- Истраживање туриста спроведено од стране ТОНС-а, током 2022. године;
- Приликом израде документа коришћена је и SWOT анализа;
- План развоја туризма и план конкурентности представљају експертску анализу и препоруке дате на основу ситуационе и тржишне анализе, као и примарних и секундарних података прикупљених истраживањима с кључним актерима на дестинацији;
- На крају документа дат је предлог туристичких производа, циљних тржишта, развојног модела, приоритета, мере и активности у односу на целине Програма као и план конкурентности. Акциони план садржи опис свих активности са временским роковима извршења и одговорностима. Као такав, представља инструмент за спровођење Програма развоја туризма Града Новог Сада за период 2023 – 2025. године.

На Програму је радио стручни тим, у чијем саставу се налазе следећи експерти:

- Владимир Ивановић, оснивач Удружења „Сеоски туризам Србије“ и директор портала Selo.rs;
- др Бранко Красојевић, директор агенције "Саветник у туризму";
- мр Милош Гајић, маркетинг директор Удружења сеоски туризам Србије и експерт за маркетинг;
- др Сања Ковачић, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет у Новом Саду, експерт за развој туристичких производа и брендирање;
- Милош Матејић, експерт за финансије;
- Дуња Видић, експерт за урбанизам;
- др Милан Ћулић, експерт за дестинацијски менаџмент и развој конгресне индустрије.

3. ПЛАНСКИ ОСНОВ ЗА ИЗРАДУ ПРОГРАМА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ГРАДА НОВОГ САДА

Плански основ за израду Програма садржан је одредбама Закона о туризму, важеће Стратегије развоја туризма Републике Србије и других прописа Републике Србије, као и аката донетих од стране локалне самоуправе, а од значаја су за туризам.

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године, као документ јавних политика, проистиче из националних и локалних стратешких документа и у њих се интегрише. Програм се на националном нивоу усаглашава са Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025, Законом о туризму, Законом о угоститељству, Законом о планском систему РС („Сл. Гласник РС“, број 30/18), Уредбом о методологији управљања јавним политикама, анализом ефеката јавних политика и прописа и садржаја појединачних докумената јавних политика („Сл. Гласник РС“, број 8/19) и Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма.

Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016–2025. сврстала је Нови Сад у заокружену дестинацију и целину „Нови Сад, Фрушка Гора и Сремски Карловци” која обухвата горе поменути просторни оквир. Као кључне вредности (атрактивности), препознати су: културно наслеђе, природна богатства и Дунав. Предвиђен је развој следећих туристичких производа: пословни (MICE) туризам, манифестације, кружне туре и специјални интереси.

Стратегијски маркетинг план туризма РС до 2025. године између осталих анализа приказује степен развоја туристичких дестинација на територији Републике Србије (на скали од 1 до 5) где дестинација Нови Сад, Фрушка Гора и Сремски Карловци припада „Развијеним туристичким дестинацијама“ са укупном оценом 3,8. Притом су процена развоја туристичких производа и туристичка инфраструктура оцењени са 4, а смештајни капацитети оценом 4. Промоција и маркетинг активности 4 и јасно дефинисан бренд оцењени су оценом 3. При креирању оквира за маркетинг бренд туризма Србије, Нови Сад се дефинише као дестинација с богатим природним окружењем, културним мозаиком и местом састанака и искуства.

Остали документи у вези са регулаторним оквиром су дати кроз табеларни приказ планских докумената у табели 1.

За анализу туристичких локалитета у Граду Новом Саду (са ширим обухватом) потребно је сагледати следеће документе:

1. Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године (<https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2016/98/1>)
2. Генерални урбанистички план Града Новог Сада ("Службени лист Града Новог Сада", број 33/22), (<http://www.nsurbanizam.rs/gpns>);
3. Стратегија културног развоја Новог Сада за период 2016-2026. <http://www.novisad.rs/lat/strategija-kulturnog-razvoja-grada-novog-sada-za-period-2016-2026-godine>

Табела 1. Преглед планске и стратешке документације

Стратегија развоја туризма РС 2016-2025. („Сл. Гласник РС“, број 98/16)	Линк документа	https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2016/98/1
	Опис типа и садржаја документа	Стратегија развоја туризма је кровни стратешки документ из области туризма, дефинисан Законом о туризму Републике Србије. Њиме се на основу тренутног стања у интерном и екстерном окружењу и додатним истраживањима, одређује просторни оквир, туристички производи, туристичке дестинације, као и стратешки циљеви усмерени на одрживи развој туризма Републике Србије. Акциони план је саставни део Стратегије развоја туризма Републике Србије који садржи активности, носиоце послова и време имплементације.
	Просторни обухват	Република Србија
	Временски оквир	2016-2025.
	Коментар	У процесу израде је нова Стратегија развоја туризма Републике Србије која ће бити завршена пре истека важеће.
	Генерални циљеви	Циљеви Стратегије су: -одрживи економски, еколошки и социјални развој туризма у Републици Србији; -јачање конкурентности туристичке привреде и са њом повезаних делатности на домаћем и међународном тржишту; -повећање директног и укупног учешћа сектора туризма у бруто домаћем производу (у даљем тексту: БДП) Републике Србије, као и повећање директног и укупног броја запослених у сектору туризма и његовог учешћа у структури укупног броја запослених у Републици Србији; -унапређење укупног имиџа Републике Србије у региону, Европи и свету.
	Посебни циљеви од значаја за развој туризма	Циљеви развоја до 2025. године: -раст удела хотелских и сличних угоститељских објеката за смештај у укупним смештајним објектима на 50%; -достизање укупне попуњености смештајних капацитета (смештајних јединица) од 30%; -повећање туристичког промета до 2025. године до три пута, односно за најмање 50%;

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

		-повећање јединичне потрошње туриста (по ноћењу) за 50%; -повећање удела страних ноћења на 45% до 2020. и 55% до 2025. године; -двоструко повећање директног удела туризма у БДП-у Републике Србије; -повећање броја директно запослених у туризму за најмање 50% и повећање броја запослених у туризму и комплементарним делатностима до три пута; -повећање директних инвестиција.
	Констатовано постојеће стање и проблеми	Стање на туристичком тржишту Србије карактерише ниска продуктивност, нерасположивост дугорочних извора финансирања и недовољна сарадња јавних и приватних актера. У циљу развоја туризма дефинисаног Стратегијом, нове мере, програми и институције за подршку развоју и инвестицијама у туризам Републике Србије морају да буду креиране према структури субјеката који реално могу да генеришу нове предузетничке и иновационе програме и инвестиционе пројекте, водећи рачуна о њиховој величини и могућем реалном доприносу развоју туризма. Различити субјекти дају и различит допринос. Сагласно томе потребно је утврдити и различите мере подршке и подстицаја и променити досадашњу праксу.
	Планирана решења од значаја за развој туризма	Предлаже се увођење више различитих мера подршке које се у основи деле на: -активности у области стицања нових знања и вештина, научноистраживачких и развојних пројеката, израде планске и техничке документације, статистичког праћења, подизања квалитета управљања у туризму, подизања нивоа свести грађана о важности и значају заштите природе и развоја туризма – потребно је користити донације (бесповратна средства) за све институције које по законима имају капацитет и референце да те активности реализују. -за разне врсте инвестиција предвиђене су мере директне и индиректне подршке. Финансијски инструменти подршке су: бесповратна средства, кредити, фондови ризичног капитала и ЈПП.
	Препознате зоне од значаја за развој туризма	Стратегијом развоја туризма Републике Србије је дефинисано 18 приоритетних дестинација и то: Београд; Нови Сад, Фрушка Гора и Сремски Карловци; Суботица, Палић и Потисје; Туристичка регија Западна Србија; Копаоник; Крагујевац/Поморавље; Врњачка Бања; Сокобања; Подунавље (четири сегмента: Горње Подунавље, Средње Подунавље/Београд, Нови Сад/Доње Подунавље); Аранђеловац, Топола; Голија, Нови Пазар и Ивањица; Дивчибаре и Ваљево; Ниш, Нишка Бања; Власина, Врање, Врањска Бања; Стил и Кучајске планине; Банат/Вршац; Стара планина и Подриње/Лозница/Бања Ковиљача. Као туристички производи од посебног значаја за развој туризма су: туризам градова; манифестације/догађаји (културни, спортски и др); планински туризам; spa&wellness у бањама/здравствени туризам; тематске руте; рурални туризам; наутички туризам; састанци, подстицајна путовања, конференције и изложбе/догађаји (M.I.C.E туризам); културно наслеђе/културни туризам; специјални интереси и транзитни туризам.

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

		Нови Сад се налази у оквиру туристичке дестинације Нови Сад, Фрушка Гора и Сремски Карловци. Кључни туристички производи које треба развијати у овој дестинацији су: Манифестације, City break, M.I.C.E туризам, Наутика, Културно тематске руте, Специјални интереси, Кружне туре, Здравствени, spa&wellness туризам и голф.
	Развојна ограничења и мере заштите	Неадекватна интерсекторска сарадња, низак ниво свести о значају туризма за развој привреде и предузетништва, недовољно коришћење домаћих и међународних фондова за финансирање развојних пројеката. Мере заштите су усмерене на државне подстицаје за едукацију и инфраструктурне пројекте у области туризма.
	Инструменти примене документа	На основу стратегије је израђен Маркетинг план. У припреми су ревизије и израда нових мастер планова и програми развоја туризма и туристичких производа.
Генерални урбанистички план Града Новог Сада 2030. године ("Сл. лист Града Новог Сада", број 33/22	Линк документа	http://www.nsurbanizam.rs/gpns
	Опис типа и садржаја документа	Плански основ за израду Генералног урбанистичког плана града Новог Сада представљају решења и смернице планова ширег подручја, пре свих -- Просторни план Града Новог Сада („Сл. лист Града Новог Сада“, бр. 11/12 и 9/21), као и планови који обухватају подручје Генералног урбанистичког плана – Просторни план Републике Србије од 2010. до 2020. године („Сл. Гласник РС“, број 88/10) и Регионални просторни план АП Војводине („Службени лист АПВ“, број 22/11). Од значаја за израду Генералног урбанистичког плана су и планови ширег подручја – планови посебне намене који делимично обухватају подручје Генералног урбанистичког плана.
	Просторни обухват	Територија Града Новог Сада - Нови Сад, Петроварадин и Сремска Каменица
	Временски оквир	2022-2030.
	Коментар	У Генералном урбанистичком плану Града Новог Сада обухваћени су просторни планови посебне намене за Фрушку гору, Специјални резерват природе „Ковиљско-петроварадински рит“, Сремски Карловци, као и инфраструктурне саобраћајнице.
	Генерални циљеви	Генерални циљеви су у корелацији са генералним циљевима Просторног плана Града Новог Сада - Развој и унапређење туристичких капацитета и туристичке понуде на подручју града.
	Посебни циљеви од значаја за развој туризма	Посебни циљеви су у корелацији са посебним циљевима Просторног плана Града Новог Сада.
	Констатовано постојеће стање и	У документу су дати предлози развоја и заштите свих природних и културних потенцијала према привредним гранама међу којима

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

	проблеми	је и туризам. Проналазе се начини за израду урбанистичких пројекта и пројектно техничке документације.
	Планирана решења од значаја за развој туризма	Планирана решења у области туризма у складу су са Просторним планом Града Новог Сада.
	Препознате зоне од значаја за развој туризма	Подручје Новог Сада чине три туристичка подручја: Бачки део – лева обала Дунава, Дунав и Сремски део – десна обала Дунава.
	Развојна ограничења и мере заштите	У корелацији са Просторним планом Града Новог Сада.
	Инструменти примене документа	Генерални урбанистички план Града Новог Сада се спроводи просторним планом подручја посебне намене (ПППН), урбанистичким плановима и урбанистичким пројектима.
Стратегија културног развоја Новог Сада за период 2016-2026.	Линк документа	http://www.novisad.rs/lat/strategija-kulturnog-razvoja-grada-novog-sada-za-period-2016-2026-godine
	Опис типа и садржаја документа	Стратегија културног развоја Града Новог Сада је стратешки документ из области културе. Њиме се на основу тренутног стања у интерном и екстерном окружењу и додатним истраживањима, одређује културна политика града (доносиоци одлука), продукција (ствараоци) и партиципација (публика) – унутар којих су мапирани и истражени важни проблеми и изазови.
	Просторни обухват	Град Нови Сад
	Временски оквир	2016-2026.
	Коментар	У процесу израде је нова Стратегија развоја туризма Републике Србије која ће бити завршена пре истека важеће стратегије.
	Генерални циљеви	Циљеви Стратегије су: -Партиципативна културна политика-транспарентност и демократичност у вођењу културне политике је основно стратешко опредељење Града Новог Сада. Партиципативност у било ком политичком деловању подразумева транспарентност процеса одлучивања, приступ свим информацијама од значаја за одлучивање, приступ ресурсима, просторима и процесима потребним за учешће у одлучивању, поверење у процес одлучивања и могућност утицаја на њега, одговорност свих доносилаца одлука за одлуке и њихове последице, као и учешће у обликовању самог процеса.
	Посебни циљеви од значаја за развој туризма	-Унапредити сарадњу између културе и осталих градских ресора (развој културног туризма) -Успоставити бољу сарадњу са сектором туризма и развијати креативне индустрије.
	Констатовано постојеће стање и проблеми	Постојеће стање и проблеми у оквиру развоја културе града су: -комуникација између Градске управе и актера у култури није у довољној мери отворена, организована и фокусирана;

		-непостојање јасних и јавности доступних критеријума, процедура и механизма за евалуацију рада установа културе -непостојање јасних и јавности доступних критеријума, процедура и механизма за евалуацију пројектних предлога; -недовољна сарадња различитих ресора по питању планирања културног развоја и недовољно присуство културних актера у процесу планирања економског и друштвеног развоја -не постоје поуздани и јавно доступни подаци о параметрима културног развоја, који пре свега укључују питања културне и уметничке продукције, управљања културним наслеђем, развоја културних потреба и остварења културних права грађана и грађанки.
	Планирана решења од значаја за развој туризма	Досадашње активности на промоцији наслеђа кроз туризам свODE се на представљање одређеног броја репрезентативних грађевина, музеја и галерија. При развоју туризма, потребно је увести и фокусирати се на много већи број елемената наслеђа који чине град – од грађевина из старије (18, 19. и почетак 20. века) и из новије историје (период између два светска рата и друга половина 20. века) места од значаја за историју града и за грађане, појединце или групе које су обележиле та места; специфична културна пракса, вредности и делатности и други облици нематеријалне баштине, знамените личности града, места која су обележила увођење нових облика културне праксе (први биоскопи, фото атељеи, места за дружења и изласке и слично).
	Препознате зоне од значаја за развој туризма	Културни туризам, креативне индустрије, културне манифестације, међународна размена и културна дипломатија.
	Развојна ограничења и мере заштите	-Културни туризам је тренутно коцентрисан на представљање фиксних културних ресурса (споменици културе и културне институције) и манифестација, а недостају и други елементи културног система; -Не постоји довољна сарадња између сектора културе и креативне индустрије; -Култура националних заједница се не посматра као ресурс који би могао допринети разноликости културне понуде; -Подржати одрживи развој културног туризма.
	Инструменти примене документа	На основу Стратегије развоја туризма и Стратегије културног развоја треба израдити програм развоја културног туризма Града Новог Сада и то одмах по завршетку новог Програма развоја туризма Града Новог Сада.

4. ОПШТЕ ИНФОРМАЦИЈЕ О ГРАДУ НОВОМ САДУ

У наредним поглављима биће представљене опште информације и анализа ресурсне основе развоја туризма Новог Сада, а у делу који се односи на: географске, демографске и климатске карактеристике, културно-историјско наслеђе и природне вредности, саобраћајна и комунална инфраструктура као и степен привредног развоја општине.

4.1. Географске, демографске и климатске карактеристике

Нови Сад је изграђен на левој обали Дунава, између 19. и 20. степена источне географске дужине и 45. и 46. степена северне географске ширине са просечном надморском висином између 70 и 238 m. Подручје града обухвата 12 приградских насеља, површине 702,7 km². Нови Сад је административни центар АП Војводине, други је по величини град у Србији¹.

Просторно, Нови Сад су определили бројни чиниоци: добар положај на раскрсници важних европских путева, спој различитих природних вредности, разнолике географске целине, плодна бачка равница на левој обали, наспрам обронака Фрушке горе, на десној обали Дунава.

Нови Сад је централно војвођанско насеље и према попису становништва из 2011. године на административној територији је живело 341.625 становника, односно сам град је имао 307.760 становника, што представља 17,6% укупног војвођанског становништва. На основу последњег пописа у етничкој структури града 78,8% чине Срби, Мађари 3,9%, Словаци 1,9%, Хрвати 1,6% и остали².

Према конфесији у граду живи 79,3% православаца, 6,3% католика, 2,5% протестаната и других вероисповести³. Просечна старост у Новом Саду је 40,91 година, док је стопа природног прираштаја 0,2%.

Клима у Новом Саду је на прелазу умерено континенталне у континенталну, са израженим годишњим добрима. Према дугогодишњим мерењима у Метеоролошкој станици на Римским шанчевима, средња годишња температура је 11°C. Најхладнији месец је јануар (просечна температура је -1° C), а најтоплији јул (просечна температура је 21° C). Нови Сад је током године осунчан у просеку са 2.040 сати, а најучесталији су источни, југоисточни и западни ветрови⁴.

¹Службени лист Града Новог Сада, број 36/06.

²Извор: http://popis2011.stat.rs/?page_id=2162

³Републички завод за статистику, Општине и региони у Републици Србији, 2021.

⁴Извор: http://www.hidmet.gov.rs/ciril/meteorologija/klimatologija_srednjaci.php

4.2. Културно-историјско наслеђе

Историја на овом простору се бележи од пре Римљана, који су подигли утврђење на Петроварадинској стени, касније, Мађари обновили, а Турци одржали. Крајем 17. века, Аустријанци су подигли мостобране наспрам тврђаве око које је изграђено насеље војника, занатлија и трговаца. Насеље је названо Рацко (српско), а касније Петроварадински шанац. Статус Слободног краљевског града добио је 1748. године под именом Неопланта, Neusatz, Újvidék и Нови Сад, док име града значи Нови Засад (башта). Средиште српске културе и стваралаштва постао је од друге половине 18. века, основањем (премештањем) Матице српске, најстарије културне и научне институције српског народа и професионалног позоришта. Нови Сад је мултикултурална престоница Србије са великим бројем националних заједница, чије наслеђе и савремено стваралаштво чине изузетно разноврстан културни живот. Мултикултуралност се огледа у богатству архитектуре и изузетно богатој и разноликој културној понуди.

Непокретна културна добра на територији града се састоје од 78 споменика културе, осам просторно културно-историјских целина, три знаменита места и једним археолошким налазиштем⁵. Град је оснивач 14 установа културе: Музеја Града Новог Сада, Градске библиотеке у Новом Саду, Историјског архива Града Новог Сада, Завод за заштиту споменика културе Града Новог Сада, Новосадског позоришта – Újvidéki színház, Позоришта младих, Стеријиног позорја, Културног центра Новог Сада, Установе за израду таписерија Атеље 61, Установе за културу и образовање Културни центар "Младост" Футог, и Установе за културу и образовање Културни центар Кисач, Културни центар Руменка, Новосадски дечији културни центар, Мађарски културни центар „Петефи Шандор“⁶. У граду постоје и бројна културна и уметничка удружења и друштва која су ван наведеног институционалног оквира.

Током године се одржавају бројни догађаји, међу најзначајнијим су Стеријино позорје, Змајеве дечје игре, фестивали EXIT, Cinema City и Фестивал уличних свирача, Новосадске музичке свечаности НОМУС и Новосадски цез фестивал. Нови Сад, поред тога што је један од најзначајнијих културних центара у нашој земљи, носи титулу Европска престоница културе 2022. године. Такође је добитник награде за најбољи европски бренд у области културе за 2021. годину у оквиру награде за европске културне брендове, које су шеснаести пут додељене у Дрездену (Немачка). Награда је резултат реализације пројекта „Нови Сад - Европска престоница културе“, који је инспирисао постављање нових приступа култури, повезивању различитих културних актера и организација у реализацији културних догађаја.

⁵Завод за заштиту споменика културе Града Новог Сада, Непокретна културна добра, 2020.

⁶Градска управа за културу Града Новог Сада, 2020.

Табела 2. Културне и историјске туристичке атракције

Кратак опис
Градска кућа (Магистрат) се налази на Тргу слободе. Изграђена је 1895. године, у неоренесансном стилу, по пројекту архитекте Ђерђа Молнара. Зграда магистрата има четири куполе на сва четири угла зграде и торањ на чијем врху се налази балкон. У време када је зграда настала на врху торња је постављено звоно за узбуну у случају пожара („Матилда“). Најочљивији елементи фасаде су алегоричке фигуре, рад новосадског вајара Јулија Анике. Вајарска пластика инспирисана античком митологијом представља различите људске делатности, увек у складу са високим моралним вредностима. Данас је Градска кућа седиште Градоначелника Новог Сада и одговарајућих служби. У њој се налази и Свечана сала коју је украсио сликар Павле Ружичка медаљонима у којима су представљени симболи пољопривредног, занатског и трговачког staleжа. (https://novisad.travel/)
Матица српска је најстарија и најугледнија културна и научна институција. Основана је 1826. у Будимпешти, у Нови Сад је пресељена 1864. Оснивачи Матице српске: Јован Хацић, Петар Рајић, Андрија Розмировић, Гаврило Бозитовац, Јован Деметровић, Јосиф Миловук и Ђорђе Станковић окупиле су се око идеје очувања српске културе и традиције, њеног представљања другим народима у Европи и подизања општег културног нивоа српског народа. Због тога је издавачка делатност била једна од најзначајнијих делатности о чему сведочи и постојање „Летописа Матице српске“, најстаријег књижевног часописа на свету који у континуитету излази од 1824. У саставу Матице српске су Библиотека и Галерија Матице српске. Зграда Матице српске изграђена је 1912. новцем Марије Трандафил, по пројекту Момчила Тапавице, а усељена је 1928. (https://novisad.travel/).
Владичански двор Епархије бачке Српске православне цркве се увек налазио на раскрсници Змај Јовине и Дунавске улице, у непосредној близини православног, саборног храма св. Ђорђа. Зграда старог Двора, изграђена 1741. залагањем владике Висариона Павловића, порушена је током бомбардовања Новог Сада са Петроварадинске тврђаве у Буну 1849. године. Пројекат за нову зграду урадио је архитекта Владимир Николић 1899, а градња је окончана 1901. Владичански двор је репрезентативна грађевина изграђена у еклектичком стилу мешавином романтизма и сецесије, а посебан утисак дају јој декоративни елементи фасаде бифоре и трифоре и обиље фасадних украса. Тај утисак је појачан употребом црвене фасадне опеке којом је зграда обложена. На фасади Двора се налази и грб Епархије бачке. Ентеријер Двора изведен је с великом пажњом, а унутар Двора постоји и капела чији је иконостас радио Владимир Курочкин (https://novisad.travel/).
Српско народно позориште основано је у Новом Саду 1861. Почети рада позоришта се везују за активност Српске читаонице у Новом Саду која је основала Друштво за Српско народно позориште са циљем да драмска и оперна уметност допринесу ширењу и развоју српске културе и књижевности. Зaslуге за оснивање Српског народног позоришта пре свих су имали: Светозар Милетић, Стеван Брановачки, Јован Ђорђевић и Јован Јовановић Змај. Управник Српског народног позоришта у Новом Саду, Јован Ђорђевић и део глумачког ансамбла су на позив кнеза Михајла (Обреновића) прешли у Београд и тако 1867. формирали Народно позориште у Београду. У њој раде три ансамбла: Драма, Опера и Балет. Од 1956. се одржава „Стеријино позорје“, настарији и најугледнији фестивал националне драме и позоришта код нас (https://novisad.travel/).
Позориште младих се налази у улици Игњата Павласа 8. Основано је 1931. као Позориште лутака, прво у Војводини и Србији. Године 1936. усељено је у новоизграђени Дом краља Александра I ујединитеља. После Другог светског рата позориште је радило као Војвођанско позориште лутака, затим као Градско позориште лутака, Позориште лутака, а од 1968. као Позориште младих. Године 1991. основана је Драмска сцена, а данас постоје две сцене: Драмска и Сцена за децу. Зграда у чијем се једном делу налази Позориште младих, пројектовао је за потребе Соколског друштва, Ђорђе Табаковић, један од најзначајнијих новосадских архитеката између два светска рата. Зграда, данас познатија као Соколски дом, изграђен је 1936. у стилу модерне (https://novisad.travel/).
Римокатоличка Жупна црква Имена Маријиног (позната као катедрала) је изграђена у неоготском стилу између 1893. и 1895., на Тргу слободе на месту старијих цркава од којих је најстарија изграђена у првим деценијама 18. века. Током Буне (1849.) првобитна црква је била запаљена, а по окончању ратних сукоба католичка заједница је започела обнову свог храма који је од 1864. постао и стални катедрални храм. Пројекат је Ђерђа Молинера и представља тробродну базилику са торњем високим 73 m што је чини највишом богомљом у граду. У цркви се налазе четири олтара, а прозори су украшени витражима, рађеним у Пешти, на којима су представљене библијске сцене и грбови знаменитих новосадских

католичких породица. Црква има оргуље из 1895. Биста архитекте Ђерђа Молнара се налази у ниши испод хора цркве (https://novisad.travel/).
Новосадска синагога са зградама Јеврејске школе и Јеврејске општине представља просторно културно-историјску целину од великог значаја. Комплекс је изграђен према замислима пештанског архитекте Липота Баумхорна 1909., који ће у европским оквирима бити запамћен као градитељ синагога (Зрењанин, Нови Сад, Сегедин, Будимпешта, Ријека). Читав комплекс је изграђен у стилу сецесије. Фасаде све три грађевине урађене су од жуте клинкер опеке, а фасада синагоге је украшена орнаментима. Ради се о тробродној грађевини изнад чијег централног дела се уздиже купола висине 40 m. Унутрашњост је подељена на приземље и галерију. У приземљу јесу мушка и „олтарска седишта“ а на галеријама су седишта за жене. Постоји галерија за хор и оргуље које се више не налазе у храму (https://novisad.travel/).
Српска православна црква Св. Георгија – Једнобродна грађевина са трочланом олтарском апсидом и високим, новобарокним звоником на западном pročелу. Храм је обновљен у периоду 1851-1853. према плану пештанског архитекте Густава Шайбе. Савремени облик црква је добила током последње обнове извршене у периоду 1902-1905. према плановима другог пештанског архитекте и градитеља Михајла Харминца. Првобитни иконостас, који је у време прве обнове израдио сликар Јован Клајић (1815-1888.), замењен је новим који је осликао Паја Јовановић (1859-1957.), један од највећих српских сликара, представник академског реализма. Зидне слике је урадио Стеван Алексић (1876-1923.), такође један од најзначајнијих српских сликара с краја 19 и с почетка 20. века (https://novisad.travel/).
Српска православна Црква преноса моштију Св. Николe је најстарији православни храм у Новом Саду. Зна се да је освешћена 1730. и да су њени ктитори били браћа Богдановић, који су је изградили као породичну гробницу. Николајевска црква је барокна грађевина мањих димензија на којој се истичу звоник над западним pročелом и мања купола изнад централног дела наоса. Иконостас је осликао новосадски сликар Павле Симић (1818-1876.). У цркви су сахрањени добротвори Марија и Јован Трандафил и њихова рано преминула деца Коста и Софија. У њој су 1913. крштени и синови Алберта Ајнштајна и његове прве жене Новосађанке, Милеве Марић-Ајнштајн. На спољном зиду цркве се налази најстарији запис речи Нови Сад на српском језику (https://novisad.travel/).
Римокатоличка Црква Светог Јураја је изграђена у барокном стилу између 1701. и 1714, а резиденција самостана 1734. На фасади цркве је кип оснивача исусовачког реда, Светог Игњација. У подруму је крипта у којој су сахрањени представници високог племства погинулог у биткама са Турцима почев од 1696. и најпознатијој – Петроварадинској бици која се одиграла 1716. Најстарији епитаф на надгробној плочи налази се у цркви, а посвећен је барону Хајнриху Нехему, генералу и команданту који је службовао на Тврђави крајем 17. века где га је и задесила смрт 1713. У епитафу између осталог стоји да му је Свевишњи као заслужном војнику који је имао и друге врлине одредио рајско насеље као вечни дом. У цркви се налазе и табле које сведоче да је аустроугарски цар Фрања Јосиф (1830-1916.) посетио Петроварадинску тврђаву 1852, а регент Александар Карађорђевић (1888-1934.) је то исто учинио 1919. године (https://novisad.travel/).
Српска православна црква Светог апостола Павла налази се у Подграђу Петроварадинске тврђаве у кругу Војне болнице. За потребе организовања службе Божје за војнике православне вере, адаптирана је тадашња електрична централа 1922. године, а реновирана и освешћена 1926. године. Цркву је освештао патријарх Српске православне цркве Димитрије. Исте године је и краљ Александар Карађорђевић током своје посете Петроварадину, цркви поклонио звоно на којем стоји натпис „Српском православном народу Петроварадина при храму Вавдења Пресвете Богородице, на дар, Александар Први“. Великом реконструкцијом из 1992/93. године, по пројекту архитекте Илије Протића, добила је данашњи изглед у српско-византијском стилу. Иконостас је радио сликар Прве српске армије Васа Ешкићевић (https://novisad.travel/).
Музеј града Новог Сада основан је 1954. године и припада категорији градских музеја комплексног типа, чија делатност обухвата развој града од његовог настанка до савременог доба. Сачињавају га: Одељење за археологију са збиркама из праисторије, антике и средњег века, Одељење за историју са збиркама из области привредне, друштвено-политичке историје и историје Петроварадинске тврђаве, Одељење за културну историју са збиркама из области ликовне, примењене уметности, школства и издаваштва, Одељење за етнологију са збиркама из области занатства, руралне архитектуре, свакодневног и обичајног живота и Завичајна галерија која прикупља дела савремене ликовне уметности. Објекти и депанданси Музеја Града Новог Сада: 1. Централна зграда Музеја; 2. Збирка стране уметности; 3. Спомен збирка Јован Јовановић Змај; 4. Завичајна збирка Сремски Карловци

(https://novisad.travel/). Музеј Војводине се налази у Дунавској улици 35-37. У њему се кроз археолошку, историјску, етнолошку збирку чувају и презентују трагови материјалне и духовне културе са простора Војводине од палеолита до 20. века. Институција под именом Војвођански музеј настала је 1947. издвајањем дела материјала из Музеја Матице српске. У зграду у којој се сада налази уселио је 1974. Ради се о згради некадашњег суда која је према нацртима будимпештанског архитекте Ђуле Вагнера изграђена 1896. Војвођански музеј је био централна институција у Војводини из које су се касније (између осталих) издвојили: Музеј Града Новог Сада, Музеј радничког покрета и народне револуције, Пољопривредни музеј у Кулпину. Међу многобројним, врло вредним, експонатима Музеја Војводине најпознатији су три парадна, касноримска, позлаћена шлема (https://novisad.travel/).
Музеј присаједињења 1918 формиран је на иницијативу Покрајинске Владе Војводине током 2016. године да се у оквиру Музеја Војводине оснује одељење које би третирао тему присаједињења војвођанских области Србији 1918. године. Иницијатива Покрајинске Владе Војводине поклапала се са обележавањем три значајна датума из националне историје: стогодишњица од завршетка Првог светског рата (11. новембар 1918.); стогодишњица од одржавања Велике народне скупштине Срба, Бујеваца и осталих Словена у Новом Саду (25. новембар 1918); стогодишњица од ослобођења и уједињења Јужних Словена у Краљевину Срба, Хрвата и Словенаца (1. децембар 1918.). У оквиру музеја су две тематске целине: Збирка историјских предмета и Збирка уметничких предмета. Предмети су углавном са краја деветнаестог и прве половине двадесетог века, док су портрети из новијег, па и савременог времена (https://novisad.travel/).
Музеј савремене уметности Војводине музеолошко-истраживачки приступа чувању и изложбеној презентацији дела савремене уметности друге половине 20. и 21. века, повезујући локалну уметничку сцену са интернационалном. У музејском фонду налазе се уметничке збирке слика, скулптура, објеката и инсталација, графика и цртежа, концептуалне уметности, филма, видео и фотографије, интермедијских и дигиталних радова, архитектуре, урбанизма и дизајна из друге половине 20. и почетка 21. века у Војводини, Србији, али и дела иностраних уметника, уметница и уметничких група. Поред тога музеј прикупља, систематизује и чува богату библиотечку и документарно – архивску грађу о свим протагонистима и појавама релевантним за историју уметности Војводине. Задатак музеја је да указује на недовољно афирмисане приступе, маргиналне или алтернативне токове из уметничке прошлости уз истовремени подстицај савремене продукције и праксе ангажовањем њених актера (http://msuv.org/opama/).
Галерија Матице српске се налази на Тргу галерија. Њена историја је везана за историју Матице српске и Саву Текелију, великог добротвора који је Матици српској завештао целокупну имовину, укључујући и вредну колекцију портрета. Збирка предмета коју су чинили поклони се полако увећавала, а нарочито после пресељења Матице српске у Нови Сад 1864. За званични почетак рада Музеја Матице српске узима се 1933. када су збирке презентоване јавности. Галерија Матице српске се од 1958. па до данас налази у згради изграђеној 1926., према плану новосадског архитекте Лазара Д. Дунђерског, за потребе Продуктне берзе. Сталну поставку Галерије Матице српске, распоређену у три целине, претежно чини српско сликарство и графика 16–21. века. Међу 7.000 дела издвајају се слике, графике и цртежи настали у периоду од 18. до 20. века (https://novisad.travel/).
Галерија ликовне уметности Поклон-збирка Рајка Мамузића, налази се у улици Васе Стајић. Језгро поставке чини колекција уметничких дела коју је посебним уговором даровао колекционар Рајко Мамузић. Поставка је уведена у свакодневни живот Новог Сада 1974. Посетиоци могу видети дела националног сликарства настала после Другог светског рата чији аутори спадају међу најпознатије тога доба. Дела савремених југословенских уметника окупљених у уметничке групе као што су: Београдска, Децембарска и Задарска група или Једанаесторица, која се налазе у Галерији Поклон збирке, репрезентативни је приказ југословенске ликовне сцене шездесетих година 20. века. Посетиоци могу видети слике, скулптуре, цртеже, графике и таписерије најеминентнијих југословенских уметника као што су: Стојан Ћелић, Ксенија Дивјак, Бошко Петровић, Миодраг Мића Поповић, Матија Вуковић, Лазар Возаревић, Марио Маскарели, Петар Омчикус, Љубица Џуца Докић и други (https://novisad.travel/).
Спомен-збирка Павла Бељанског се налази на Тргу галерија. Потписивањем дародавног уговора 1957. између великог колекционара Павла Бељанског (1892-1965.) и Извршног већа Аутономне покрајине Војводине створени су услови да се целокупна збирка велике уметничке вредности презентује као део културне баштине српског народа. Галерија – Спомен збирка Павла Бељанског отворена је за посете

1961. Зграда у којој је смештена колекција изграђена је 1961. а дело је архитекте Иве Куртовић. Језгро колекције Спомен збирке представља колекција Павла Бељанског коју чине најзначајнија дела српске уметности прве половине 20. века. Ту су дела: Надежде Петровић, Саве Шумановић, Петра Добровића, Милана Коњовића, Риста Стијовића, Петра Лубарде, Зоре Петровић, Љубице Цуце Сокић, Сретена Стојановића и других (<https://novisad.travel/>).

Споменик Светозару Милетићу, посвећен најзначајнијем српском политичару у Војводини у 19. веку. Налази се на Тргу слободе. Бронзана статуа висока 5 m рад је славног хрватског вајара Ивана Мештровића из 1939. Светозар Милетић (1826-1901.) је у историји запамћен као адвокат и градоначелник Новог Сада (1861-1862; 1867-1868.), посланик угарског и хрватског сабора, председник Српске читаонице, један од оснивача Српског народног позоришта (1861.) али и као оснивач Српске народне слободоумне странке (1869.) и покретач листа Застава (1866.) једног од најутицајнијих код Срба у Хабзбуршкој монархији. Његове идеје и политички програм утицали су на креирање националног програма и националног покрета војвођанских Срба у другој половини 19. века. Због свог политичког деловања је више пута хапшен, осуђиван и затваран. Из политичког живота се повукао због болести настале после дугог тамновања. Умро је у Вршцу 1901. (<https://novisad.travel/>).

Споменик Јовану Јовановићу Змају (1833-1904.) направљен је од бронзе, висина 230 cm, на постаменту од јабланичког гранита 90/90/90 cm, рад је вајара Драгана Николића из Београда, постављен је 1984. године, испред Владичанског двора у Змај Јовиној улици у Новом Саду, која је главна улица у пешачкој зони. Простире се од Трга слободе до Владичанског двора. У овој улици одувек су се налазиле трговине и дућани, а најстарија зграда је на броју 28 - "Код белог лава" из 1720. године, од које почиње и Дунавска улица. Велики романтичарски песник, Јова Јовановић Змај, рођен је у Новом Саду 1833. године. Његове најзначајније збирке песама су: „Ђулићи“ и „Ђулићи увеоци“, промениле су ток српске књижевности. Поред лирских песама, Јован Јовановић Змај писао је још и сатиричне и политичке песме. Посебно је значајан као први српски писац који је писао поезију намењену искључиво деци (<http://www.novisad.rs/spomenik-ovanu-ovanovi-u-zma-u>).

Петроварадинска тврђава-“Гибралтар на Дунаву”, грађена је између 1692-1780. која је требала да заштити јужне границе Монархије од продора Турака на север. Простире се на површини од 112 хектара. Тврђава има Горњи и Доњи град (Подграђе). Горњим градом доминира Торањ са сатом изграђен на месту старијег, порушеног средином 18. века. Подземне војне галерије, четвороспратни комуникацијско-одбрамбени систем дужине 16 km је јединствена атракција Петроварадинске тврђаве. Градња овог компликованог система је завршена 1783. Део сплета коридора, просторија различитих намена, борбених линија са пушкарницама и минских система у дужини од око 1 km доступан је посетиоцима уз стручно вођење Водичке службе Музеја Града Новог Сада. Барокно Подграђе је још недовољно познат архитектонски драгуљ који унутар кућа оронулих фасада чува вишевековне историјске приче и митове (<https://novisad.travel/>).

Торањ са сатом је најпрепознатљивији симбол Петроварадинске тврђаве и Новог Сада. Торањ је изграђен на месту старијег, порушеног средином 18. века. Пречник сата је преко два метра. Бројчаник је постављен на све стране света, а сати су исписани римским бројевима. Специфичност сата је та што његова велика казaljка показује сате, а мала минуте, а разлог се налази у томе како би се са веће удаљености видело тачно време. Механизам сата се свакодневно навија. У прошлости су становници плаћали порез – „сатарину“ на коришћење овог сата. Због утицаја температуре на сатни механизам и чињенице да некад жури или касни, становници су му дали надимак „Пијани сат“. На врху Торања су ветроказ и компас, који уместо копља на јарболу има срце (<https://novisad.travel/>).

Београдска капија је једна од две (некад три) главне капије Подграђа Петроварадинске тврђаве. Смештена у куртини југоисточног бастионог фронта између Полубастиона Св. Бенедикта и Бастиона Св. Франциске, на главном путу према Сремским Карловцима и Београду. Дугачка је 20 метара и има два колосека и два пешачка пролаза. У продужетку Београдске капије од 1769. постојао је „Централни казни завод Војног суда Славонске генералне команде“ где су затварани официри, војници и цивили. Изграђена је почетком друге половине 18. века, 1753. године, у склопу радова на проширењу и утврђивању фортификацијског система Доње тврђаве. Аутентичан склоп овог дела бастионог фронта, осим данашње капије, обухватао је и предњу отворену капију, као и мост преко шанца са мобилним сегментом испред Београдске капије (<https://novisad.travel/>).

Табела 3. Природне туристичке атракције

Кратакопис
Дунавски парк једним својим делом се ослања на Дунавску улицу по којој је и добио име. У оквиру првих мера хидромелиорације извршено је насипање земље за градњу хотела “Код енглеске краљице” у чију зграду ће се касније уселити суд, а затим и Музеј Војводине. Дунавски парк је данас споменик природе и представља заштићено природно добро. У парку се налазе бисте песника Бранка Радичевића, Мирослава Антића и песника и сликара Ђуре Јакшића, фигура Нимфе која држи рог обиља и споменик Преподобном Сергеју Радоњешком. Међу 750 парковских стабала могу се наћи: платани, јаблани, лешници, брезе, копривић, дивљи кестен и друге врсте дрвећа и један репрезентативни примерак хрasta лужњака, који је под режимом заштите. Дунавски парк је познат и по језеру у његовом центру(https://novisad.travel/).
Футошки парк је подигнут у првој половини 20. века као парк специјалне намене око Јодне бање (Специјална болница за реуматске болести, Нови Сад). Простире се на површини од 8,1360 ha и заштићен је као споменик природе, односно природно добро II и III категорије. Пројектовао га је чувени мађарски пејзажни архитекта Армин Пец Млађи (1855-1927.), у мешовитом стилу, који је доминирао у вртној архитектури тог периода. Комплекс објеката Јодне бање који се налазе у парку, са непосредном околином, заштићен је 1986. године као споменик културе од великог значаја, тако да Футошки парк и Јодна бања чине културно-историјску целину од великог значаја за град. Постоји пет улаза у парк, док је главни улаз у парк из Футошке улице (https://novisad.travel/).
Лимански парк се налази у средишњем делу стамбеног насеља Лиман у Новом Саду у непосредној близини реке Дунав и простире се на 12,9 ha. Налази се на Лиману 3, између Булевара Ослобођења, Булевара деспота Стефана, Шекспирове улице и Улице Народног фронта. Концепцијски, уређење Лиманског парка пројектовано је да има карактеристике подунавског пејзажа уклопљеног у градску средину. Парк је дизајниран тако да доминирају масиви зеленила, групе и поједина солитерна стабла на отвореним површинама. При избору врста предност је дата аутохтоним врстама, уз учешће алохтоних врста отпорних на градске услове и песковито земљиште. Преовлађују високи лишћари (око 80%) – копривић, хрast, софора, док су од ниских заступљени леска, багрем, дафина. Како врло прометне саобраћајнице окружују Лимански парк са свих страна, формирање заштитног појаса у ободном делу било је неопходно (https://novisad.travel/).
Каменички парк се налази у Сремској Каменици и простире се на 33 ha површине и од 2008. године је стављен под заштиту као значајно природно добро. Подигнут је у 19. веку, око дворца породице Марцибањи и Карачоњи, једног од значајнијих објеката класицистичког стила у Војводини, који данас представља споменик културе од великог значаја. Посебна вредност парка је очуваност планске организације простора и стила у коме је пројектован. Најупечатљивија скулптура у парку је “Пет глава”, постављена је у централном делу, на главном видиковцу – “брежуљку ружа” или тзв. “пентагону”. У парку су и остаци скулпуре “Сфинге” и “Амора и Нимфе”, који такође датирају из 1834. године урезане у скулптуру Сфинге. Две трећине парка је под шумом, доминирају домаће врсте липа, јавор и хрast, бели бор, црвени хрast и дивљи кестен (https://novisad.travel/).
Река Дунав је једно од најбитнијих природних обележја града. Нови Сад се налази на 1.255 километру његовог тока и на ушћу у Дунав једног од магистралних Канала Дунав-Тиса-Дунав. Друга по величини река у Европи, која својим током дугим преко 2.860 km пролази кроз десет европских држава, представља најважнију речну саобраћајницу, али и културну и историјску везу са осталим европским земљама. Експлоатише се за пловидбу, водоснабдевање, наводњавање, спорт, рекреацију и туризам. На просторима дуж Дунава налазе се изворишта, викенд-насеља, пристаништа, пристани, сидришта, бродоградилште, плаже, индустријски објекти и зоне становања. Са аспекта диверзитета живог света, Дунав представља неисцрпну ризницу. У самом граду се налази и градска плажа Штранд, викенд насеље Рибарско острво и Камењар која су традиционална места за одмор и уживање на Дунаву (https://novisad.travel/).
Национални парк "Фрушка гора" основан је 1960. као најстарији у социјалистичкој Југославији. На површини од око 25.000 ha, колико обухвата "НП "Фрушка гора", заштићени су јединствени пејзажи, вредне геолошке и геоморфолошке целине, ретке биљне и животињске врсте и шумски комплекси. Садржајности подручја доприносе бање Врдник и Сланкамен и језера међу којима су за туризам значајна: Борковац, Сот, Бања-Брује, Мохарач, Међеш. Међу најзначајнију материјалну културну баштину можемо уврстити комплекс српских православних манастира, вредне просторне културно-историјске целине, примере народног градитељства, етнолошко наслеђе, појединачне споменике културе и знаменита места.

Манастири који се налазе на простору 50 km дужине и 10 km су: Света Петка-Беркасово, Привина Глава, Дивша, Кувеждин, Петковица, Шишатовац, Светих Архангела, Врањаш, Бешеново, Беочин, Мала Ремета, Јазак, Раковац, Врдник, Старо Хопово, Ново Хопово, Гргетег, Велика Ремета, Крушедол, Ваведења Пресвете Богородице (<https://novisad.travel/>).

Бања Врдник, познато бањско место на 20 километара од Новог Сада. Термална вода температуре око 32°C користи се у лечењу бројних обољења, због своје температуре и свог хемијског састава сврставају у хипотермалне воде. Занимљиво је откриће термалних вода овог подручја. Наиме, ту је некада био рудник мрког угља, а први уживаоци ових термалних вода били су рудари. Они су наишли на ова изворишта тридесетих година двадесетог века, чија је температура била константно топла. Иако их нико није саветовао, самоиницијативно су квасили и потапали ноге у ову топлу, зеленкасту воду. Том приликом открили су нешто невероватно, ови третмани су им ублажавали болове и остале реуматске тегобе од којих су неки од њих боловали. Прва специјализована здравствена установа у овој бањи изграђена је 1976. године и носи назив Рехабилитациони центар „Термал“ (<https://novisad.travel/>).

Бегечка јама је парк природе и популарно излетиште настало на старом кориту Дунава. Налази се у јужном делу Бачке, на левој обали Дунава у новосадском насељу Бегеч. Обухвата површину од 379 ha. Предео је обрастао речним шумама, трском и барско-мочварним растињем. Ту се налазе и риболовни терени, плажа, викенд насеље, дом риболоваца, угоститељски објекти. Осим бројних тршћака, око језера површине око 40 ha, уздижу се шуме беле и црне тополе, као и црног дуда и бадемолисне и беле врбе, а у води дрезга и мресњак. Забележено је 125 таксона виших биљака, као што је бели локвањ, локвањих, водени орашак, водена папрат и други. Бегечка јама је риболовачки крај. Ово подручје је значајно станиште и мрестилиште 14 врста риба. Под заштитом је државе као значајно природно добро II категорије, док је по МУЗП класификацији у V категорији као заштићен копнени/морски предео (<https://novisad.travel/>).

Ковиљско-Петроварадински рит је специјални резерват природе и представља комплекс барско-мочварних и шумских екосистема на плавном подручју средњег тока Дунава. Простире се на 4.840 хектара на територијама општина: Нови Сад, Сремски Карловци, Инђија и Тител. Под заштитом је државе од 1998. године као природно добро од изузетног значаја и сврстан је у прву категорију заштите. Карактеристике које овај рит чине значајним су очуваност и разноврсност хидрографских облика ритова (аде, рукавци, меандри, мртваје), биљних заједница ритова (ритске шуме испресецање барама, мочварама, ливадама и тршћацима) и посебно разноврсност и богатство фауне, нарочито птица мочварица. Пространи рит формиран је на старим рукавцима Дунава. То је станиште ретких врста птица регистровано као ИБА подручје (<https://novisad.travel/>).

Поред културних и природних атракција, потребно је поменути и винарије као значајне туристичке атракције овог простора. У овом крају је развијено и виноградарство захваљујући знањима и вештинама које су у ове крајеве донели хришћански мисионари, а центри развоја били су манастири и властелинска добра. У првој половини 18. века становници града, који се тада звао Петроварадински Шанац, на сремској, фрушкогорској страни Дунава, имали су око три стотине винограда. Појава је била до те мере раширена да је готово свака средње имућна породица имала сопствени виноград.

Савремени новосадски виноградар и винари наследници су како тог виноградарског умећа, тако и страсти која се везује за винову лозу и вино. Винарије које се издвајају јесу: Породична винарија Антонијевић, Винарија Миљевић, Винарија Salaxia, Органска винарија Император, Винарија Думо, Винарија Војновић, Вински подрум До краја света, Виногради и Винарија Виндуло, Craft Kabach Winery, Подрум Шукац, Винарија Прекогачић, Вински подрум Жабић, Винарија Веркат, Винарија Бело Брдо, Подрум Ачански, Фрушкогорски виногради, Академиа Моделе д.о.о, Винарија Виногради Урошевић, Подрум Стојковић, Винарија Винариум, Винарија Шијачки, Винарија Веритас,

Подрум Бајило, Општа земљорадничка задруга Бенишек-Веселиновић, Винарија Дошен, Винарија Дулка д.о.о., Винарија Ђурђић, Винарија Киш, Породична винарија МК Косовић, Винарија Курјак, Винарија Мрђанин, Подрум Петровић, Подрум Пробус, Винарија Винум, Музеј пчеларства – Винска кућа Живановић, Винарија Asumincum, Мануфактура Спасић, Винарија Авен, Производња вина Мацура Продукт, Винарија Комазец, Винарија Патков виноград, Винарија Стојановић, Винарија Gaston Wine, Винарија Три међе и облак, Винарија подрум Дангуба, Винарија Моловин, Винарија Тривановић, Винарија Ердевик, Салаш – Винарија Брестовачки, Винарија Винат, Винарија Илић-Нијемчевић, Винарију Дудан, Винарија Ковачевић, Винарија Крсташица, Винарија Мачков Подрум, Винарија КМ, Винарија Танасковић, Винарија Деурић, Винарија Комуна, Винарија Одровачки, Винарија Тадић (<https://novisad.travel/>).

4.3. Саобраћајна и комунална инфраструктура

Нови Сад је место повезивања мреже магистралних, копнених саобраћајница на правцима Североисточна и Источна Европа, према Блиском и Далеком Истоку, Средња и Северна Европа, према јадранским лукама. Кроз град полази саобраћајни коридор бр. 10 који на свом основном правцу од Салцбурга до Солуна повезује осам, а укључујући краке, још шест држава. Дужина путне мреже на територији града износи укупно 244,142 km⁷, од чега путева I реда 56,282 km, путева II реда 85,384 km и општинских путева 102,476 km.

Водени пут – Коридор бр. 7 или Дунавски коридор, преко Дунава, повезује земље Западне Европе са Црним морем. Нови Сад је пловним каналом повезан са системом канала Дунав – Тиса – Дунав који омогућава саобраћајне везе и то узводно до Средње Европе и низводно према Црном мору. Нови Сад је значајно пристаниште на Дунаву.

Капацитети којима располаже Лука Нови Сад су пристани за међународни и домаћи, речни саобраћај, капацитети за утовар и претовар терета до 27,5 тона, отворена и затворена складишта и комплетна инфраструктура за транспорт и претовар и зимовник који може да прими до 130 пловних објеката. Град располаже са два пристана за путничке и теретне бродове. Према подацима добијеним од ТО Новог Сада у 2022. години пристало је 372 путничка брода, док је град посетило („употреба обале“⁸) 35.301 путник.

Железнички саобраћај по својој организованости долази иза друмског саобраћаја, поред локалних, ту су и регионални и магистрални правци. Магистрални карактер Суботица - Нови Сад - Београд, која на северу од Суботице има правац Будимпешта - Праг - Берлин, од Београда један крак се спушта правцем ка Бару, док други води према Загребу и

⁷Републички завод за статистику, Општине и региони у Републици Србији, 2021.

⁸Термин „употреба обале“ користи Лука Нови Сад за оне путнике који напусте пловило.

Љубљани, трећи правац је Београд – Ниш на који се надовезује Софија - Атина - Истанбул.

Надомак Новог Сада (17 km) налази се спортски аеродром Ченеј, док се међународни аеродром “Никола Тесла” налази у Сурчину (13 km западно од Београда), сат времена вожње од Новог Сада.

Град има две аутобуске и једну железничку станицу, а располаже са 15.679 паркинг места и 15.760 обезбеђеног паркинга на носиоца решења⁹ и око 400 такси места и 976 градских и приградских аутобуских стајалишта¹⁰.

Јавно градско саобраћајно предузеће „Нови Сад“ врши јавни превоз путника у градском и приградском саобраћају за Нови Сад, као једини превозник. Поред наведеног обавља и превоз путника у општинама које се континуално надовезују на градско подручје (Беоцин, Сремски Карловци, Темерин) и деловима општине Жабал.

У Новом Саду комунални отпад се сакупља у подземним контејнерима, контејнерима од 1.100 литара, корпама и ПВЦ кантама од 120 литара¹¹. Хигијена града се оджава кроз Програм јавне хигијене, зимске службе, службе одношења и депоновања смећа¹², у оквиру кога су прецизиране све површине које се одржавају, чистишњем и прањем.

На територија града урађена је електрификација, водовод и канализација, гасификација, као и даљинско, топлотно грејање. Укупна дужина водоводне мреже износи 1.002,58 km, док дужина канализационе мреже износи 983 km¹³.

Систем канализационе мреже у граду није физички јединствен систем, разлог су топографски и хидрографски услови. Одвођење отпадних вода се врши преко више одвојених или повезаних сливних подручја.

Производња, дистрибуција и снабдевање топлотном енергијом поверена је ЈКП Новосадска топлана. Систем даљинског грејања обухвата шест топлана и покрива 76% градске територије. Укупна дужина вреловодне мреже износи 228,7 km¹⁴. Снабдевање природним гасом за физичка и правна лица обављају јавно-комунална и јавна предузећа.

⁹ЈКП Паркинг сервис, Нови Сад, 2020.

¹⁰Градска управа за саобраћај и путеве Града Новог Сада, 2020.

¹¹ЈКП Чистоћа, Нови Сад, 2020.

¹²ЈКП Чистоћа, Нови Сад, 2020.

¹³ЈКП Водовод и канализација, Нови Сад, 2021.

¹⁴ЈКП Новосадска топлана, Нови Сад, 2021.

Према Уредби о плану мрежа здравствених установа¹⁵ на територији Новог Сада услуге здравствене заштите пружају Клинички центар Војводине; Специјална болница за реуматске болести Нови Сад; Институт за здравствену заштиту деце и омладине Војводине, Нови Сад; Институт за онкологију Војводине, Сремска Каменица; Институт за кардиоваскуларне болести Војводине, Сремска Каменица; Институт за плућне болести Војводине, Сремска Каменица; Клиника за стоматологију Војводине, Нови Сад; Завод за трансфузију крви Војводине, Нови Сад; Завод за антирабичну заштиту, Нови Сад и Институт за јавно здравље Војводине, Нови Сад. Затим пет здравствених установа и 33 дома здравља¹⁶.

Туристичка и информативна сигнализација¹⁷ се састоји од 60 табли информативне сигнализације (усмерава туристе и посетиоце ка значајним објектима: културно-историјским, спротским, верским), 80 табли са називима улица које су постављене на раскрсницама, 11 city light двостраних панора са мапама града, пет тространих инфо панора са сликом и кратким описом значајних културно-историјских објеката, 82 информативне табле за обележавање хотела, пет панора за обележавање галерија и седам табли добродошлице на уласцима у град.

Туристичко обележавање споменика културе урађено је по пројекту који је финансирала Амбасада САД у Београду и Америчка агенција за међународни развој МЕГА. Овим пројектом постављено је 16 табли на знамените куће и два панора на простору културно-историјских целина у Новом Саду¹⁸.

Нови Сад поседује уређену градску плажу Штрاند¹⁹ изграђену још 1911. године. То је највеће уређено купалиште на Дунаву код нас, површине 10 хектара са 460 великих, и 290 малих кабина за изнајмљивање и свим пратећим садржајима: тушеви, тоалети, продавнице, кафеи, послатичарнице, ресторани, игралишта за одбојку на песку, деčје игралиште, спасилачке и чуварске службе. Осим Штранда, у викенд насељу Каменар налази се још једна плажа, коју употпуњују угоститељски објекти и продавнице. На петроварадинској страни налази се недовољно уређена плажа Официрац. На дунавском току кроз Нови Сад плажа које се посећују али нису уређене су Бећарац, Шодрош, Футошка и на Бегечкој јами.

¹⁵Службени гласник РС, бр. 42/06, 119/07, 84/08, 71/09, 85/09, 24/10, 6/12 и 37/12.

¹⁶Градска управа за здравство Града Новог Сада, 2020.

¹⁷Градска управа за грађевинско земљиште и инвестиције Града Новог Сада, 2020.

¹⁸Завод за заштиту споменика културе Града Новог Сада, Елаборат број 263/8-2005 и Канцеларија за локално економски развој града Новог Сада, Пројекат: „Danube bank revival“, 2009.

¹⁹ЈП Градско зеленило, Нови Сад, 2020.

На територији града налази се 17 заштићених подручја: национални парк, специјални резерват природе, парк природе и 14 споменика природе. Од посебног националног и међународног значаја су НП Фрушка гора, СРП Ковиљско-петроварадински рит и СП дунавски парк²⁰.

Спорт и рекреација се одвија у четири спортске хале и стадиона, као и 20 спортских центара и 11 спортских терена и игралишта у приградским насељима.

4.4. Степен привредног развоја туризма Града Новог Сада

Град Нови Сад има значајне природне и привредне ресурсе, што га сврстава међу развијеније градове у Србији. Захваљујући повољном географском положају и лоцираности на важним саобраћајним коридорима, Нови Сад је обезбедио значајне компаративне предности.

Туризам заузима значајно позицију у привреди града, те се мора посматрати у односу на друга привредна и друштвена кретања, али и улагања.

Токови привредног развоја Новог Сада само у последњих пет година показивали су пораст, а у томе значајну улогу су имала мала и средња предузећа која су доминирала градом.

Табела 4. Обим и динамика запослених и зарада у Новом Саду од 2017-2021. године

Година	Укупан број запослених	Број запослених правних лица	Ланчани индекс	Број запослених код предузетника	Ланчани индекс	Просечна зарада без пореза и доприноса у рсд	Ланчани индекс
2017.	141.582	113.547	-	21.904	-	54.357	-
2018.	149.587	124.685	109,8	24.116	110,1	54.075	99,5
2019.	152.231	125.869	100,9	25.651	106,4	60.466	111,8
2020.	158.740	132.498	105,3	25.578	99,7	67.957	112,4
2021.	165.234	138.307	104,38	26.311	102,86	75.773	111,5

Извор: Општине и региони у РС, 2022, 2021, 2020, 2019, 2018. (стр. 160-161) и ауторов прорачун.

У посматраном периоду број запослених у Новом Саду се кретао узлазном линијом, односно најнижи број запослених забележен је на почетку посматраног периода. Најнижа просечна зарада без пореза и доприноса по запосленом исплаћена је у 2018. години и износила је 54.357,00 динара.

²⁰Градска управа за заштиту животне средине града Новог Сада, 2020.

Табела 5. Обим запослених по најчешћим делатностима у Новом Саду од 2017-2021. године

Година	Прерађивачка индустрија	Трговина на велико и мало	Саобраћај и складиштење	Грађевин.	Инф. и комуникац.	Ст., науч. и друге делат.	Услуге исхране и смештај
2017.	19.212	26.075	7.810	7.496	8.470	9.193	5.016
2018.	22.551	26.357	8.424	7.952	8.896	10.147	5.811
2019.	22.264	26.833	8.609	8.476	9.523	10.751	6.636
2020.	22.756	27.108	8.719	9.947	10.354	11.281	7.396
2021.	25.250	28.552	8.919	10.643	11.719	12.160	7.221

Извор: Општине и региони у РС, 2022, 2021, 2020, 2019, 2018. (стр. 160-161) и ауторов прорачун.

На приказане податке треба додати још и здравство и образовање, као два сектора која такође запошљавају већи број људи. За наведени период већина запослених је радила у прерађивачкој индустрији и у трговинама на велико и мало.

Угоститељска делатност имала је удео од 3,5% у 2017. години до 4,7% у 2020. годину у односу на укупан број запослених. Обзиром да основа постоји, да су отворени нови објекти за смештај, да је убележено повећање туристичког промета (осим у 2020. години), а да град има и средњошколске и високообразоване установе за школовање кадрова за угоститељску делатност, ово указује да су потребна већа улагања у кадрове.

Исказан број запослених у угоститељству није потпун, јер га карактеришу честе промене персонала, а на овај податак треба додати и чињеницу да се у граду не зна тачан број ресторана и кафе барова (промене отварање-затварање), што доводи до закључка да је проценат знатно већи него што га статистика наводи.

Табела 6. Обим и динамика инвестиција у основна средства за поједине делатности у Новом Саду од 2017-2021. године (у хиљадама динара)

Година	УКУПНО	Прерађивачка индустрија	Трговина на велико и мало	Услуге исхране и смештај	Ланчани индекс услуге исхране и смештаја
2017.	34.434.118	2.908.871	3.446.252	259.453	-
2018.	55.115.833	3.332.058	3.921.079	2.231.932	860,2
2019.	135.178.792	3.109.506	4.980.451	317.069	14,2
2020.	145.238.441	11.175.397	7.082.351	361.704	114,1
2021.	106.795.965	8.340.440	8.750.032	656.264	181,43

Извор: Општине и региони у РС, 2022, 2021, 2020, 2019, 2018. (стр. 208-209) и ауторов прорачун.

Инвестиције у туризму би требало сагледати са аспекта различитих делатности која на директан и индиректан начин утичу на туризам. У приложеној табели 7. приказане су инвестиције за поједине делатности, односно за делатности које запошљавају највећи број особа. Такође је дат обим инвестиција у угоститељство са динамиком. Улагање у угоститељске услуге је важно јер чини основ за развој туризма, а у посматраном периоду највеће улагање било је током 2018. године, док се за остале године може констатовати да су инвестиције мањег обима. Улагања могу ићи у два правца, обнављање већ постојећих капацитета или инвестирањем у нове производе. У Новом Саду су „исцрпљени“ сви постојећи хотелски објекти у смислу реконструкција, али постоји „простор“ за инвестирање у нове капацитете. Марка, имиџ и добра локација исто су значајни колико и финансијска средства неопходна за изградњу новог објекта.

Табела 7. Основни подаци о сектору туризма и угоститељства у Новом Саду од 2017-2021. године

Година	Број активних привредних друштава (број)	Број активних предузетника (број)	Регистрована запосленост у односу на укупан број запослених (%)	Остварени пословни приход сектора (хиљада РСД)
2017.	506	1.447	3,9	22.203.159
2018.	533	1.522	4,5	33.719.850
2019.	472	1.610	5,2	52.523.222
2020.	471	1.562	3,1	6.607.839
2021.	505	1.582	-	-

Извор: Агенција за привредне регистре

Делатност ресторана и покретних угоститељских објеката била је најдоминантнија на крају 2021. године са 263 регистрована друштва, затим су следиле услуге припремања и послуживања пића са 81 регистрованим друштвом и 49 регистрована друштава у домену делатност путничких агенција.

Табела 8. Пословни приход према делатностима у сектору туризма и угоститељства у Новом Саду за 2020. годину (хиљада РСД)

Делатности у сектору туризма и угоститељства	Пословни приход
Услуге припремања и послуживања пића	43.900.854
Делатности ресторана и покретних угоститељских објекта	4.470.408
Делатност тур-оператора	1.798.191
Хотели и сличан смештај	1.612.572
Делатност путничких агенција	492.176

Извор: Агенција за привредне регистре

Подаци за 2021. годину нису били доступни. Преглед пословног прихода дат је за годину пандемије, односно околностима које су имала значајан утицај на целокупан туризам. Услуге припремања и послуживања пића и хране су оствариле висок приход јер су у ситуацији пандемије организовали своје пословање преко доставних служби. Највише на губитку су били смештајни капацитети и туристичке агенције.

5. АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ СТАЊА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ГРАДА НОВОГ САДА

Градску дестинацију чине специфични туристички фактори који конкуришу на тржишту: архитектура, историја, култура, локални начин живљења, фестивали и манифестације, музеји и галерије, гастрономија, ноћни живот и друго. Развој туризма доноси многе предности локалној заједници, јер је повезан са бројним чиниоцима, као што су економски раст, развој инфраструктуре, бројни културни догађаји и друго. Нови Сад има веома повољан географски положај, налази се на важним европским и регионалним путевима, други град је по величини у Републици Србији, „окожу“ Фрушком гором са националним парком и Сремским Карловцима, реком Дунав и плодном равницом са салашима, има умерено континенталну климу.

У наредном поглављу биће описано тренутно стање и аналитика развоја туризма.

5.1 Кључни показатељи туристичког промета у последњих пет година на територији Града Новог Сада

Сагледавајући стање у последњих пет година на туристичком тржишту не само Новог Сада, него и шире, дошло је до значајних промена. Прво, током 2019. године Министарство трговине, туризма и телекомуникација је донело два нова акта, Закон о туризму²¹ и Закон о угоститељству²². Такође, започело се са имплементацијом централног информативног система – еТуриста, који омогућава унос, преглед и аналитику угоститељског сектора. Правилник о начину уношења, рада, вођења и коришћења централног информативног система и његове садржине и врсте података („Сл. гласник РС, број 87/20) донет је у јуну 2020. године, а примена еТуристе започела 1. октобра 2020. године.

Друго, марта месеца 2020. године прогледана је пандемија вируса SARS-CoV-2 на глобалном нивоу, што је по туризам имало изузетно негативан исход у свим његовим сегментима. Ради спречавања ширења заразне болести COVID-19 изазване поменути

²¹Службени гласник РС, број 17/19.

²²Службени гласник РС, број 17/19.

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

вирусом, уведене мере су забрањивале јавно окупљање и кретање, као и чињеницу да услед затворених граница није било могуће организовање путовања у друге земље.

Треће, Нови Сад је добио кандидатуру *Европска престоница културе* која је требало да се уприличи током 2021. године, међутим из познатих разлога (COVID-19) све активности одложене су за 2022. годину. Решењем Министарства трговине, туризма и телекомуникација број 332-02-0561/2020-08 од 31.12.2020. године Нови Сад је туристичко место 1. категорије.

Обим и структура долазака туриста за Нови Сад за период 2017-2022. године

У посматраном периоду (2017-2022.) број долазака туриста био је у сталном порасту до 2020. године. Значајан пад забележен је 2020. години и страних и домаћих туриста. Број долазака се скоро удвостручио већ наредне године, док је у 2022. године град посетило 218.973 гостију.

Учешће у укупном броју долазака за посматрани период обележили су страни туристи са око 60% у односу на домаће туристе, осим 2020. године када су домаћи туристи имали нешто већи удео.

Статистички подаци преузети су са интернет портала Републичког завода за статистику јер централни информациони систем (еТуриста) бележи госте који се задржавају и дуже од 30 дана тако да немају категорију туристе и нису део туристичког промета.

Табела 9. Обим и структура долазака туриста за Нови Сад за период 2017-2022. године

Година	УКУПНО	Индекс ¹	Домаћи	Индекс ¹	Страни	Индекс ¹	Учешће у укупном броју долазака у %	
							Домаћи	Страни
2017.	195.054	111,8	75.011	110,6	120.043	112,5	38,5	61,5
2018.	214.321	109,9	75.837	101,1	138.484	115,4	35,4	64,6
2019.	221.848	103,5	78.761	103,9	143.087	103,3	35,5	64,5
2020.	76.091	34,3	41.408	32,6	34.683	24,2	54,4	45,6
2021.	134.267	176,7	64.369	155,5	69.898	201,5	47,9	52,1
2022.	218.973	173,4	84.258	142,6	134.715	200,5	38,5	61,5

¹ индекс = у односу на претходну годину

Извор: Републички завод за статистику, Саопштење УТ-10 и ауторов прорачун

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Обим и структура ноћења туриста за Нови Сад за период 2017-2022. године

Укупан број ноћења има исту линију кретања као и доласци туриста. Пад је забележен у 2020. години, али већ следеће забележен је значајан пораст. У табели 10. приказан је број и структура ноћења.

Табела 10. Обим и структура ноћења туриста за Нови Сад за период 2017-2022. године

Година	УКУПНО	Индекс ¹	Домаћи	Индекс ¹	Страни	Индекс ¹	Учешће у укупном броју ноћења у %	
							Домаћи	Страни
2017.	367.569	101,9	122.831	103,3	244.738	131,5	33,4	66,6
2018.	452.702	123,2	157.629	128,3	295.073	97,0	34,8	65,2
2019.	425.149	93,9	146.012	92,6	279.137	100,3	34,3	65,7
2020.	179.090	42,1	96.751	66,3	82.339	29,5	54,0	46,0
2021.	335.738	187,5	153.034	158,2	182.704	221,9	45,6	54,4
2022.	561.062	124,7	170.912	96,0	390.150	143,6	30,5	69,5

¹ индекс = у односу на претходну годину

Извор: Републички завод за статистику, Саопштење УТ-10 и ауторов прорачун

Просечна дужина боравка једног туристе у Новом Саду у 2022. години износио је 2,56 дана, од тога домаћи туриста се задржавао 2,03 дана, док је страни туриста боравио 2,90 дана.

Табела 11. Просечна дужина боравка у Новом Саду за период 2017-2022. године

Година	Просечна дужина боравка у Новом Саду (у данима)		
	УКУПНО	Домаћи	Страни
2017.	1,88	1,64	2,04
2018.	2,11	2,08	2,13
2019.	1,92	1,85	1,95
2020.	2,35	2,34	2,37
2021.	2,50	2,38	2,61
2022.	2,56	2,03	2,90

Извор: ауторов прорачун

Боравишна такса се плаћа у износу од 130,00 динара, а остварени приходи дати су у наредној табели.

Табела 12. Остварен приход од боравишне таксе за период 2017-2022. године

Година	План	Приход	Ланчани индекс	Вредност БТ у РСД
2017.	29.600.000,00	33.768.000,00	0,0	130,00
2018.	32.500.000,00	43.537.000,00	128,9	130,00
2019.	50.000.000,00	51.524.091,00	118,3	130,00
2020.	20.000.000,00	21.788.310,00	42,3	130,00
2021.	28.000.000,00	35.676.733,00	163,7	130,00
2022.	50.000.000,00	56.509.156,00	158,4	130,00

Извор: Министарство финансија, Управа за трезор и ауторов прорачун

Средства (приход) од боравишне таксе се усмеравају за промотивне активности градског туризма. Знатно смањење прихода од боравишне таксе забележено је у 2020. години, а за 2022. годину оставрени приход био је већи него пре пандемије.

5.2 Организације туристичког сектора на нивоу туризма Града Новог Сада

У наредном делу биће приказан институционални оквир који обухвата организације туристичког сектора на нивоу туризма Новог Сада.

Јединице локалне самоуправе у складу са Законом о туризму и својим Статутом оснива туристичку организацију. Нови Сад има Туристичку организацију Града Новог Сада основану 2009. године. Организација рада, осим што је у складу са законима, дефинисана је и Статутом и Правилником о раду туристичке организације. Такође, сваке године се доноси Програм рада са финансијским планом и планом промотивних активности Града Новог Сада. Туристичка организација Града Новог Сада (ТОНС) има Управни и Надзорни одбор, као и један Туристичко информативни центар. ТОНС у складу са чланом 30. Закона о туризму, обавља послове промоције туризма као и послове одређене чланом 41. овог закона. Поменути послови се између осталог односе на координирање активности и сарадње између привредних и других субјеката у туризму који непосредно и посредно делују на унапређење развоја и промоцију туризма, на програме едукације и усавршавања вештина запослених у туризму и доношење годишњег програма рада и плана промотивних активности у складу са Стратегијским маркетинг планом, плановима и програмима ТОС-а.

Туристичка организација Града Новог Сада је индиректни корисник у надлежности Градске управе за привреду Града Новог Сада. Финансирање рада ТОНС-а је из буџета јединице локалне самоуправе и остварених прихода од боравишне таксе, као и других средстава у складу са законом.

Туристичка организација Града Новог Сада ради на:

- 1) Спровођењу интезивне кампање и организацију промотивних активности са акцентом на земљу и регион у циљу повећања долазака и ноћења туриста у Новом Саду;
- 2) Активностима у циљу промоције Новог Сада као пословне и конгресне дестинације;
- 3) Креирању, ажурирању и штампи вишејезичних публикација, водича, брошура и мапа и другог материјала у циљу промоције града;
- 4) Одржавању и унапређењу сајта ТОНС-а и других дигиталних апликација и платформи;
- 5) Продукцији и постпродукцији промотивних аудио и видео презентација и спотова, у циљу промоције града Новог Сада као атрактивне туристичке дестинације.
- 6) Брендирању туристичких производа Новог Сада и позиционирање туристичке дестинације Нови Сад – Сремски Карловци – Фрушка гора;
- 7) Промоцији путем интернета и других електронских медија, телевизије, радија, као и штампаних медија. Такође, и промоција путем наступа на сајмовима, промотивним догађајима, берзама, семинарима, конференцијама, конгресима, стручним скуповима и другим пословним састанцима у земљи и иностранству;
- 8) Унапређењу информационих технологија и производа, набавци електронске опреме, програмских пакета и алата;
- 9) Даљем унапређењу, промоцији и учествовању у организацији догађаја које окупљају посетиоце и доприносе развоју туристичке понуде града;
- 10) Усавршавању и образовању запослених у циљу боље ефикасности рада као и праћења трендова развоја у области пословања ТОНС;
- 11) Спровођењу активности на едукацији представника туристичке привреде;
- 12) Спровођењу активности на умрежавању туристичке привреде и туристичке понуде;
- 13) Прикупљању и анализи података о туристичкој привреди града Новог Сада у циљу ажурирања базе података ТОНС-а;
- 14) Реализацији пројеката из области развоја и промоције туризма;
- 15) Сарадњи са туристичком привредом и другим организацијама;
- 16) Спровођењу активности на умрежавању градова из Србије и региона у циљу заједничких наступа и промоције туристичке понуде;
- 17) Прикупљању и анализи података о броју долазака и земљи порекла туриста у инфо центрима, као и о туристичком промету за смештај у објектима у Новом Саду.

Туристичка организација Града Новог Сада учествује у реализацији пројеката у циљу промоције и развоја туристичке понуде Новог Сада (као што је унапређење винске и гастрономске понуде, умрежавање и сарадња са другим градовима у циљу заједничке промоције и други).

Сарадња са туристичком привредом

Туристичка организација Града Новог Сада сарађује са другим субјектима туристичке привреде кроз следеће важне активности:

- Теренско истраживање Новог Сада са околином и реализација задатака са циљем прикупљања података и умрежавања туристичке привреде.
- Организовање стручних скупова за едукацију туристичке привреде.
- Повезивање представника туристичке привреде са иностраним агенцијама и туроператорима.
- Промоцију понуде туристичке привреде путем канала ТОНС-а.
- Учешће у организацији догађаја

Градска управа за привреду у оквирима својих надлежности обавља послове: старање о развоју и унапређењу угоститељства, занатства и трговине; припрема програме мера и активности ради унапређења садржаја туристичке понуде града и побољшања квалитета туристичких услуга; прикупља и обрађује податке и израђује планове, програме и пројекте развоја туризма на територији града; припрема програме мера и активности ради унапређења садржаја туристичке понуде Града и побољшања квалитета туристичких услуга; прописије програм, начин и услове полагања стручног испита за локалне туристичке водиче, води евиденцију локалних туристичких водича, одређује облик и садржину уверења и ознаке локалног туристичког водича, као и начин и услове издавања и рокове важења ознаке, издавање уверења о положеном стручном испиту и ознаке за локалног туристичког водича; врши надзор и прати спровођење годишњег програма рада Туристичке организације Града Новог Сада;

предлаже висину боравишне таксе, као и коришћења буџетских средстава прикупљених од боравишне таксе; категоризацију сеоског туристичког домаћинства и објеката у домаћој радиности (кућа, апартман и соба); води евиденције угоститеља и угоститељских објеката у Централном информационом систему у области угоститељства и туризма - е-Туриста; уређује радно време угоститељских, трговинских и занатских објеката.

5.3. Анализа кључних туристичких производа

Захваљујући свом географском положају туристичка понуда Новог Сада је разнолика, али опет оријентисана на неколико туристичких производа који буде интересовање како домаћих, тако и страних туриста. Кључне атракције Новог Сада са значајним развојним потенцијалом и атрактивношћу укључују:

- културно-историјске целине;
- музеје и галерије;
- природне ресурсе и

- догађаје.

Конкретно, ово укључује старо језгро града, Петроварадинску тврђаву са подземним војним галеријама, реку Дунав, Национални парк „Фрушка гора“, салаше, ЕХИТ фестивал и друге манифестације. Поред наведених атракција, градски туризам употпуњују:

- Гардска плажа „Штранд“;
- Викенд насеље Камењар са бројним ресторанима и клубовима;
- Излетишта на Фрушкој гори (Иришки венац, Стражилово, Андревље, Тестера, Поповица и Летенка);
- Спортски терени (отворени и затворени);
- Наутички објекти (привезишта за мале бродике и чамце налазе се у Бегечу, Сремској Каменици, Новом Саду);
- Заштићена природна добра;
- Заштићена културна добра и
- Конгресни капацитети.

На основу свега наведеног можемо закључити да Нови Сад као дестинација овог момента располаже са следећим туристичким производима:

Табела 13. Кратак опис туристичких производа

Туристички производ	Кратак опис
Кружне туре	Туристичке групе стално бораве у Новом Саду. Програм који се ради је најчешће пропутавање кроз Србију или регион, а задржавање у Новом Саду је углавном 2 ноћи, и обухвата панорамско разгледање, обиласке Фрушке горе, Сремских Карловаца са дегустацијом вина и салаша, ручак у ресторану (или чардама на Дунаву).
Манифестације / догађаји	Манифестације, односно догађаји се у Новом Саду одигравају готово током целе године, и привлаче различиту публику. Овде под овим производом не подразумевамо привредно-пословне сајмове, који су део MICE производа. Немају све манифестације и догађаји исти потенцијал привлачења посетилаца, посебно оних који ноће у Новом Саду, али је њихова бројност и разноврсност свакако добар основ за даљи развој овог производа. Наравно, кључни догађај је ЕХИТ.
MICE	Нови Сад у претходних петнаест година карактерише развој конгресног тржишта. Највећи број пословних догађаја (65%) је у категорији 50-150 делегата који по природи ствари иду у мање конгресне просторе (највише на факултете и хотеле), док велики пословни скупови који имају преко 500 делегата чине мањи део тржишта (5%). Просечна дужина трајања догађаја је 3-8 дана што је на нивоу светског просека. Корпоративно тржиште има снажан развој у Новом Саду. Ово је резултат чињенице да су седишта неких од највећих компанија Србије, као и инострана представништва, управо у Новом Саду. Сврха боравка је пословни састанак у Новом Саду или у Војводини. Често због недостатка квалитетног смештаја клијенти бирају Нови Сад, а онда одатле иду аутомобилом у пословне обиласке.
Кратки градски одмори	Нови Сад је дестинација кратких одмора за индивидуалне посетиоце.

Нема га у понуди организатора путовања као самосталне градске дестинације. Нажалост, не постоје подаци којима би се квантификовао значај овог производа.

Туристички производи Новог Сада нису јасно дефинисани, али постоји јасна визија о томе шта дестинација жели, а шта не жели да развија у наредном периоду. У домену развоја туристичких производа потребно је усмерење на оне производе са највећим потенцијалом привлачења туриста, а за које Нови Сад има адекватне ресурсе и инфраструктуру.

У табели 14. су дефинисани кључни туристички производи који имају приоритет у развоју са истакнутим недостацима и предлозима за превазилажење недостатака и развој производа, примарни тржишни сегмент (циљна група) и временским периодом-сезоном.

Табела 14. Кључни туристички производи

Производ	Недостаци	Предлози	Тржишни сегмент	Временски период
Кратки градски одмор - са акцентом на обилазак културно-историјских атракција, вино и гастрономију	Недовољна умреженост актера на дестинацији - винарија, салаша, хотела, институција културе, туристичких атракција у циљу понуде садржајног боравка туриста. Нови Сад није у понуди ино. туроператера као самостална дестинација кратког градског одмора.	Боља сарадња различитих носилаца туристичке понуде у циљу креирања садржајне понуде боравка на дестинацији. Повезивање са ино. туроператерима у циљу понуде града као City break дестинације. Унапређење интерпретације туристичких атракција тако да одговоре на захтеве различитих циљних група.	Млади, млади парови без деце, породице са децом, групе пријатеља, сениори.	Целе године.
Кружне туре (туринг)	Доминантни домаћи посетиоци. Недовољна повезаност са атрактивним локацијама у околини града - Фрушка Гора, салаши итд.	Креирање и понуда тура за инострано тржиште - обиласци Новог Сада и околине.	Млади, млади парови без деце, групе пријатеља, сениори.	Целе године.
MICE (конференције,	Доминирају мањи	Привлачење већих	Пословни људи,	Ван главне

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

састанци, тим билдинзи, подстицајна путовања итд.)	догађаји до 100 учесника Нови Сад лоше рангиран на ИССА листи због малог броја међународних догађаја Нови Сад још увек нема капацитете за организовање више већих догађаја истовремено.	догађаја - преко 500 учесника Боља сарадња свих учесника на дестинацији у домену организације догађаја Предвидети радно место - позицију особе која би се бавила развојем конгресног туризма и привлачењем већих догађаја.	компаније, асоцијације.	сезоне фебруар-мај; септембар-новембар
Специјални интереси - активан одмор у природном окружењу Новог Сада (Фрушка гора, Дунав итд.), бициклизам и сл.	Недовољна понуда излета у природу Потреба за унапређењем бициклистичких и пешачких стаза.	Развој понуде излета који ће се понудити и промовисати и на Трипавдвјезеру Унапређење бициклистичких и пешачких стаза.	Млади, млади парови без деце, пословни људи (тим билдинзи, подстицајна путовања).	Април–октобар.

Имајући у виду карактер туристичких атракција, производа, наслеђа и осталих елемената туристичке понуде, у Новом Саду се предлаже издвајање шест искуствених зона које ће бити детаљније описане у наставку документа. Током трајања пројекта Европска престоница културе покренути су и завршени бројни радови на креирању туристичких производа и потребне инфраструктуре, што је створило услове за издвајање неких нових тематских зона и другачијем обликовању оних постојећих. У наредном тексту биће описане тематске зоне са својим специфичностима за развој туристичких производа.

Зона 1. Нови Сад XVII века: Петроварадинска тврђава са Подграђем/Барокни драгуљ града

Готово читав век градило се једно од највећих европских утврђења, а у наредна два настале су његова чудесна историја и легенде које надилазе свако време. О томе поносно сведочи Петроварадински сат који обрнутим казаљкама показује шта су векови донели: да мала варош настала уз тврђаву постане град. Утврде и касарне сада су дом Музеја Града Новог Сада и Академији уметности, атељеима и галеријама, а бедеми и војни шанчеви сценографија за један од најбољих музичких фестивала у Европи.

У 21. веку тврђава је домаћин најзначајнијим светским именима поп културе, а половином 20. века угостила је легенде Холивуда: Клинта Иствуда, Доналда Сатерленда, Берта Ланкастера и Ентонија Квина. Титулом Европске престонице културе, Петроварадинска

тврђава са Подграђем започиње обнову коју је чекала деценијама уназад, а „Гибралтар“ на Дунаву и барокни драгуљ Новог Сада полако остварује и визију „Монмартра“ на Дунаву.

Зона 2. Нови Сад XVIII века: Алмашки крај/Романтични дух града

Јединствене у Новом Саду, уске, кривудаве улице Алмашког краја одају утисак најсевернијег медитеранског града. Поносни на своје духовно, културно и индустријско наслеђе, стари Алмашани, као најстарији Новосађани, увек су ишли корак испред времена. У њиховом крају живела су највећа имена нашег романтизма, Јован Јовановић Змај и Лаза Костић, а песнички дух очувао се у називима улица најстаријег новосадског краја.

Баш овде се налазе највећа православна црква у Новом Саду, Академија уметности, радионице Српског народног позоришта и Архива Града Новог Сада, али и једна од најстаријих организација у Европи, Матица српска.

Раније покренуте иницијативе остварене су уз титулу Европске престонице културе – Алмашки крај и званично постаје драгоценост града и 2022. годину дочекује као заштићена културно-историјска целина, а два века стара фабрика за бојење свиле обновљена је као Културна станица Свилара. Са својим аутентичним димњаком, Свилара је данас оријентир и понос Новосађана.

Зона 3. XIX век: Центар града/Српска Атина

Центар града је и данас средиште културе Новог Сада, где се на сваком кораку срећу галерије, музеји, библиотеке и позоришта. Овде су се током 19. века окупљали највећи српски интелектуалци и уметници стварајући Српску Атину. Исту ону, која ће у 20. и 21. веку Новосађанима представити мајсторе писане речи: Тагору, Љосу, Памука и Хандкеа и музичке виртуозе Рубинштајна, Ојстраха, Луја Армстронга и Чета Бејкера.

Дочекујући титулу Европске престонице културе, обликован је и „Дочек“ – јединствена прослава две Нове године у Европи. Славећи интеркултуралност, Нови Сад обележава два рачунања времена, два календара и два писма кроз извођачку и визуелну уметност.

За само четири године „Дочек“ је програмом, продукцијом, али и уметничким квалитетом, позиционирао Српску Атину као будућу Европску престоницу културе. Зато су 13. јануар и 31. децембар 2022. године одабрани за термине свечаног отварања, односно затварања године титуле.

Зона 4. XX век: Велики Лиман/Нови погон стваралаштва

Захваљујући Европској престоници културе, Новосађани поново откривају историју и име српског „Ливерпула“ – Велики Лиман. Спајањем индустријског наслеђа, културе и спорта, Велики Лиман ће почети да прича својих „Сто година самоће“, јер баш овде је у 20. веку настао модерни Нови Сад.

На плажама Великог Лимана сретао се млади љубавни пар научника, Милева Марић и Алберт Ајнштајн, али су се током Новосадске рације растајале читаве породице, нестајући испод залеђеног Дунава.

Где је монархија градила индустрију као резултат предузимљивог духа грађанског друштва, република ју је у име народа одузимала, дајући је на управљање радничкој класи. Где су у два бомбардовања током 20. века нестајали фабрике и мостови, ницали су шампиони у спорту и знању. Током 2022. године у новом центру стваралаштва на Великом Лиману, у обновљеној Фабрици, Радионици, Челичани, Цинкари, Гвожђари и другим заборављеним просторима, спојиће се индустријско наслеђе, уметност и култура.

Зона 5. XXI век: Мрежа културних станица/Култура свуда и до свих

И коначно, један од показатеља да је Нови Сад град који културу живи, јесте и мрежа културних станица. Овај јединствени модел у Европи чине како нови, тако и обновљени простори за културу у свим деловима града, а сви суграђани постају укључени у остваривање визије за „Почетак новог. Сада!“.

Будућа Европска престоница културе већ у фази припреме је довела културу свуда и до свих. У 2022. години, осам културних станица допринело је ширењу садржаја и преиспитивању културног идентитета Новог Сада.

Свилара, Еђшег, Барка, Млин, Буковац, Руменка, ОПЕНС и покретна Културна станица Караван, постали су не само центри дешавања, него и омиљена места за неформална окупљања суграђана, која чувају аутентичност свог краја. Тиме се трајно мења културна мапа Новог Сада, јер нови простори чине још једну микродестинацију која се мора посетити, док култура у Новом Саду постаје начин живота.

Зона 6. Јодна бања/Спа и бизнис зона

Табела 15. Опис и анализа искуствених зона

Искусвена зона	Нови Сад XVII века: Петроварадинска тврђава
----------------	---

са Подграђем / Барокни драгуљ града	
Анализа потенцијала и ресурса	
Карактеристике простора	Зона се налази на десној обали Дунава, наспрам старог градског језгра Новог Сада. Обухвата комплекс барокне фортификације – Петроварадинску тврђаву са подграђем. Простор карактеришу моћно одбрамбени бедеми који обухватају и брдовити терен изнад Дунава, са атрактивним погледом на Нови Сад, и раван терен на ком је изграђена урбана целина – подграђе.
Просторни обухват	Тврђава се налази у Петроварадину, наспрам Новог Сада и обухвата зону од око 30 ha (са подграђем) уз атрактивну обалу Дунава.
Зона у стратешким документима	Ова зона је поменута у свим стратешким и урбанистичким документима и плановима. Оперативни документ је План детаљне регулације Петроварадинске тврђаве, у ком је дефинисана намена свих површина и начин решавања саобраћаја и друге инфраструктуре.
Констатовано постојеће стање и проблеми	Због своје величине и недостатка јасног облика управљања и планирања развоја, ова зона није искористила своје капацитете. Проблеми су: недостатак стратешких и оперативних планова и модела интегралног управљања зоном, дисконтинуални процеси обнове објеката и инфраструктуре, некоординисана културна и туристичка понуда, нерешен саобраћај и паркирање, небезбедне и неприступачне пешачке комуникације, недостатак туристичке сигнализације и друго.
Просторне и функционалне карактеристике од значаја за развој туризма	Најбољи физички положај – поглед на Нови Сад и Дунав са више коте. Историјски и архитектонски вредна група војних објеката, бедем и друго. Концентрација културних и угоститељских објеката.
Развојна ограничења и мере заштите	Строги услови и мере заштите коришћења простора и објеката. Све интервенције захтевају сагласност надлежне установе заштите (ЗЗСКГНС).
Инструменти за планирање и реализацију активности на уређењу зоне	Важећи план детаљне регулације омогућава обнову и реконструкцију објеката. Градски завод за заштиту споменика и Градских управа за имовину, инвестиције, комуналне делатности и друге су надлежни за реализацију активности у оквирима правних процедура. Туристичке активности координира ТОНС и други.
Развој туристичке понуде	

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Туристички производи	Посета музејима, тематске туре (посебно обиласка бедема), рекреација, гастро-понуда.
-----------------------------	--

Искусствена зона	Нови Сад XVIII века: Алмашки крај / Романтични дугоград
Анализа потенцијала и ресурса	
Карактеристике простора	Просторни сплет малих улица са приземним објектима очуване изворне архитектуре и неколико важних јавних објеката.
Просторни обухват	Зона се налази између градског центра и стамбеног насеља Подбара и обухвата површину од 25 ha.
Зона у стратешким документима	План генералне регулације Алмашког краја, на основу кога је израђена пројектна документација за уређење јавних простора и фасада за период 2023-2027. година. Зона је препозната као културни потенцијал.
Констатовано постојеће стање и проблеми	Инфраструктура и јавни простор су у веома лошем стању. Не постоје уређени тргови и скверови. Није решено питање паркирања. Пешачке комуникације су недовољно приступачне и небезбедне. Не постоји посебна туристичка понуда.
Просторне и функционалне карактеристике од значаја за развој туризма	Зона се директно наслања на стари градски центар и карактерише је необична урбана матрица и очувана архитектура. Значајна је Матица српска и Алмашка црква. Посебна вредност краја је очувана нематеријална баштина и савремена култура, коју промовише Културна станица Свилара.
Развојна ограничења и мере заштите	Строги услови и мере заштите коришћења простора и објеката. Све интервенције захтевају сагласност надлежне установе заштите (ЗЗСКГНС).
Инструменти за планирање и реализацију активности на уређењу зоне	Постоји план генералне регулације, на основу кога се спроводе грађевинске активности и уређење јавних простора. Градски завод за заштиту споменика и ресорне Градске управе, посебно за инвестиције и Туристичка организација Новог Сада (ТОНС) су надлежни за реализацију.
Развој туристичке понуде	
Туристички производи	Тематске туре, стална културна продукција у КС Свилара, гастро-понуда.

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Искусствена зона	Центар града / Српска Атина
Анализа потенцијала и ресурса	
Карактеристике простора	Традиционално градско језгро, са бројним најважнијим споменицима културе и вредним архитектонским објектима и јавним просторима.
Просторни обухват	Центар града од око 57 ha.
Зона у стратешким документима	Зона је на приоритетној позицији у свим градским документима. Постоји важећи план детаљне регулације.
Констатовано постојеће стање и проблеми	Објекти и простори су углавном обновљени. Проблем је у домену некоординисаног заузећа јавне површине, које ограничава јавна кретања и развој зоне.
Просторне и функционалне карактеристике од значаја за развој туризма	Атрактивни јавни простори (главна улица и тргови), јавни објекти и бројне цркве су препознатљиви архитектонски симболи града.
Развојна ограничења и мере заштите	Строги услови и мере заштите коришћења простора и објеката. Све интервенције захтевају сагласност надлежне установе заштите (ЗЗСКГНС).
Инструменти за планирање и реализацију активности на уређењу зоне	Важећи планови детаљне регулације, Стратегија културног развоја (двогодишњи акциони планови) и Стратегија одрживог развоја. Контрола комуналног реда. Градски завод за заштиту споменика, Градске управе, посебно за инвестиције, ТОНС су надлежни за реализацију.
Развој туристичке понуде	
Туристички производи	Разноврсне тематске туре.

Искусствена зона	Велики Лиман / Нови погон стваралаштва
Анализа потенцијала и ресурса	
Карактеристике простора	Креативни дистрикт је у зони Кинеске четврти уз уређен дунавски кеј.
Просторни обухват	Површина дистрикта са околином је 4 ha.
Зона у стратешким документима	Важећи план детаљне регулације, ГУП Новог Сада до 2030.
Констатовано постојеће стање и проблеми	Постојећи објекти и јавни простори су у процесу убрзане обнове. Изградња нових објеката није планирана за сад. Евидентан недостатак јасних механизма рада и надлежности у

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

	зони.
Просторне и функционалне карактеристике од значаја за развој туризма	Дистрикт чини скуп некадашњих фабричких објеката у просторном распореду који подсећа на лавиринт. Близна дунавског кеја, купалишта и Лиманског парка чини простор атрактивним.
Развојна ограничења и мере заштите	Изградња и уређење простора је дефинисано урбанистичким планом.
Инструменти за планирање и реализацију активности на уређењу зоне	Важећи план детаљне регулације, Стратегија културног развоја (двогодишњи акциони планови) и Стратегија одрживог развоја. Одлука о начину коришћења, функционисању, одржавању и финансирању рада зоне. Градске управе, посебно за инвестиције, ТОНС је надлежна за реализацију.
Развој туристичке понуде	
Туристички производи	Културни и креативни туризам и угоститељство се споро развијају, али су потенцијали зоне.

Искусвена зона	Мрежа културних станица / Култура свуда и до свих
Анализа потенцијала и ресурса	
Карактеристике простора	Културне станице су концепт културних и друштвених центара у различитим деловима Новог Сада.
Просторни обухват	Културне станице се налазе на више градских локација и зона: Свишара (шири центар – Алмашки крај), Еђшег (шири центар), Млин (шири центар), Омладинска (Креативни дистрикт – Лиман), Барка (предграђе Клиса), Ново насеље (ускоро у изградњи) и још две у околним насељима Буковац и Руменка. Станице чине објекти са непосредном околином.
Зона у стратешким документима	Просторни развој свих локалитета је дефинисан урбанистичким плановима и акционим плановима развоја културе у граду.
Констатовано постојеће стање и проблеми	Локалитети културних станица су углавном реализовани и уређени за потребе културне продукције и презентације. Тренутно нејасан механизам функционисања након године Престонице културе.
Просторне и функционалне карактеристике од значаја за развој туризма	Осмишљен и богат програм рада у области уметничког и другог стваралаштва је приступачан концепт за локалне становнике и све друге посетиоце. Просторни распоред у различитим деловима града је повољан, али није профилисан начин туристичког повезивања локалитета.

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Развојна ограничења и мере заштите	Не постоје посебна ограничења за рад и даљи развој концепта.
Инструменти за планирање и реализацију активности на уређењу зоне	Осим урбанистичких докумената, планирање садржаја је у домену пројекта Европска престоница културе и накнадне пост-продукције према двогодишњим акционим плановима развоја културе у Новом Саду.
Развој туристичке понуде	
Туристички производи	Културни туризам, фестивали, културни догађаји.

Искусвена зона	Јодна бања/ Спа и бизнис зона
Анализа потенцијала и ресурса	
Карактеристике простора	Зона обухвата комплекс Јодне бање са непосредном околином, Футошки парк, комплекс хотела Парк и Мастер центар Новосадског сајма.
Просторни обухват	Простор обухвата шири зону Футошког парка, површине око 15 ha.
Зона у стратешким документима	Зона је заштићена делом као природно добро (Футошки парк), а делом као културно добро (Јодна бања). Стратешки документи су ГУП Новог Сада до 2030, планови детаљне регулације за зону и друге.
Констатовано постојеће стање и проблеми	Парк је недавно хортикултурно и партерно уређен и осветљен. Јодна бања је само делимично у употреби и потребно је реконструисати дворишни део објекта који, уз реконструкцију, може да служи савременим наменама. Хотел Парк ће бити у процесу реконструкције од почетка 2023. године.
Просторне и функционалне карактеристике од значаја за развој туризма	Основна одлика простора је Футошки парк, хортикултурно уређен зелени простор са садржајима здравственог туризма (Јодна бања), угоститељства и конференцијског туризма (хотел Парк).
Развојна ограничења и мере заштите	Постоји ограничење изградње у зони парка (депаданс хотела), и одређена ограничења у доградњи хотела Парка (могућа је само реконструкција постојећих објеката).
Инструменти за планирање и реализацију активности на уређењу зоне	Зона је дефинисана урбанистичким плановима, према смерницама одлука о заштити природних и културних добара у одређеним деловима.
Развој туристичке понуде	

Туристички производи	Здравствени и пословни туризам (MICE).
----------------------	--

5.4 Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета

На територији Новог Сада у 2022. години пословало је 748 категорисана угоститељска објекта за смештај типа хотел, туристичко насеље, домаћа радиност и сеоско туристичко домаћинство са 3.908 индивидуална лежаја. Сви објекти послују током целе године. Поред наведених категорисаних угоститељских објекта за смештај, налазе се и ловачке куће, хостели, преноћишта и други смештај који не подлежу категоризацији. Некатегорисаних угоститељских објекта у 2022. години било је 66 са 5.946 индивидуалних лежаја.

Табела 16. Туристичко-угоститељски објекти за смештај у Новом Саду за 2022. годину

Врста објекта за смештај	Број објекта	Број смештајних јединица	Број кревета	Број индивидуалних лежаја	Број Камп парцела
Хотел	11	686	1.068	1.311	0
Гарни хотел	16	357	524	683	0
Туристичко насеље	1	58	84	116	0
Објекти домаће радиности	709	882	1.134	1.737	0
- Кућа	24	78	111	150	0
- Апартман	493	612	705	1.169	0
- Соба	192	192	318	418	0
Сеоско туристичко домаћинство	11	27	45	61	0
Салаш	2	21	53	61	0
Преноћиште	25	335	728	896	0
Хостел	15	301	964	1.044	0
Кампинг одмориште	1	300	0	600	300
Ловачка кућа	1	3	6	6	0
Остали некат. објекти у надлежности ЈЛС	23	1.666	3.236	3.339	0
Укупно:	814	4.636	7.842	9.854	300

Извор: eTurista

Туристичко-угоститељски објекти према врсти, категорији и учешћу дати су у наредним табелама.

Табела 17. Туристичко-угоститељски објекти према врсти и учешћу за Нови Сад за 2022. годину

Врста и категорија	Број објеката	Учешће у %	Број смештајних јединица	Број кревета	Број инд. лежаја
Хотели 5*	2	7,14	85	101	159
Хотели 4*	4	14,29	344	523	660
Хотели 3*	5	17,86	257	444	492
Туристичко насеље 4*	1	3,57	58	84	116
Гарни хотели 4*	7	25,00	211	295	412
Гарни хотели 3*	5	17,86	73	119	147
Гарни хотели 2*	3	10,71	55	81	88
Гарни хотели 1*	1	3,57	18	29	36
УКУПНО	28	100,00	1.101	1.676	2.110

Извор: eTurista

Табела 18. Туристичко-угоститељски објекти према врсти и учешћу у домаћој радиности за Нови Сад за 2022. годину

Врста смештаја	Број објеката	Учешће у %	Бр. смештајних јединица (бр. смештакних структура)	Број кревета	Број инд. лежаја
Куће 1*	3	0,42	9	13	16
Куће 2*	10	1,39	24	33	52
Куће 3*	7	0,97	19	24	36
Куће 4*	4	0,56	26	41	46
Апартман 1*	43	5,97	51	54	91
Апартман 2*	149	20,69	177	201	345
Апартман 3*	227	31,53	284	332	547
Апартман 4*	74	10,28	100	118	186
Собе 1*	6	0,83	6	14	15
Собе 2*	69	9,58	69	105	146
Собе 3*	31	4,31	31	45	67
Собе 4*	86	11,94	86	154	190
Сеоско туристичко домаћинство 1*	2	0,28	6	10	12
Сеоско туристичко домаћинство 2*	3	0,42	4	7	9

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Сеоско туристичко домаћинство 3*	3	0,42	8	15	17
Сеоско туристичко домаћинство 4*	3	0,42	9	13	23
УКУПНО	720	100.00	909	1.179	1.798

Извор: eTurista и ауторов прорачун

Некатегорисани објекти који послују на територији Новог Сада су ловачка кућа, хостели, преноћишта, салаши, камп одморишта и други. Преглед према врсти и учешћу дат је у наредној табели.

Табела 19. Некатегорисани туристичко-угоститељски објекти за Нови Сад за 2022. годину

Врста смештаја	Број објеката	Учешће у %	Број смештајних јединица	Број кревета	Број инд. лежаја (бр. корисника услуга за камп)
Ловачка кућа	1	1,52	3	6	6
Хостел	15	22,73	301	964	1.044
Преноћиште	25	37,88	335	728	896
Остали некат. објекти	23	34,85	1.666	3.236	3.339
Салаш	2	3,03	21	53	61
Камп одморишта	0	0,00	300	0	600
УКУПНО	66	100.00	2.626	4.987	5.946

Извор: eTurista и ауторов прорачун

5.5 Анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства

Иако нема званичних подаци о укупном броју запослених у области туризма и угоститељства за 2022. годину, у 2020. години у Новом Саду у области исхране и смештаја било је 7.221 запослених²³. Као што је претходно напоменуто, број смештајних објеката у граду се стално повећава.

За образовање кадрова из области туризма и угоститељства у Новом Саду постоји Природно-математички факултет у Новом Саду (Департман за географију туризам и хотелијерство) и Средња економска школа „Светозар Милетић“. Евидентна је потреба за већом сарадњом између академије и туристичке привреде, како у домену аплицирања за пројекте развоја туризма тако и у домену усаглашавања студијских програма и образовних профила с потребама тржишта.

²³ Општине и региони у Србији, Републички завод за статистику, 2021

Кључни субјект који управља развојем туризма Новог Сада је Туристичка Организација Града Новог Сада, на чијем челу су надзорни одбор, испод ког су управни одбор и директор као најзначајнији органи управе. Два кључна одељења су Одељење за промоцију и развој туристичког производа и Одељење за финансијске и правне послове. У оквиру одељења за промоцију и развој туристичког производа запослена су и два аналитичара – аналитичар за развој и унапређење туристичког производа и аналитичар за промоцију туристичке понуде, као и организатор за развој и промоцију туристичког производа и реализатор активности на пројектима у туризму. У табели 20. приказане су позиције и број запослених у Туристичкој организацији Града Новог Сада.

Табела 20. Позиције и број запослених у Туристичкој организацији Града Новог Сада

Позиција	Број запослених
Директор	1
Помоћник директора за туризам	1
Помоћник директора за финансијске послове	1
Аналитичар за развој и унапређење туристичког производа	1
Аналитичар за промоцију туристичке понуде	1
Организатор за развој и промоцију туристичког производа	5
Реализатор активности на пројектима у туризму	1
Правно кадровски аналитичар	1
Дипломирани економиста за финансијско-рачуноводствене послове	1
УКУПНО:	13

Извор: Туристичка организација Града Новог Сада

Поред наведеног, у ТОНС-у ради 13 запослених на неодређено време.

Такође, у Туристичкој организацији Града Новог Сада не постоји кадар који се бави развојем конгресне делатности, који је од значаја за развој овог туристичког производа.

5.6 Активности на развоју туристичких производа

Активности на развоју туристичких производа подразумевају читав низ активности које ТОНС спроводи, а које доприносе креирању и одрживости туристичких производа на дестинацији.

У ове активности спадају: континуирано истраживање посетилаца Новог Сада (ради увида у основне мотиве, понашања, навике и карактеристике посетилаца – погледати Прилог на стр. 87), креирање итинерера и креирање услова за развој конкретних туристичких

производа (конгресни, вински туризам и др), пројекти из области туризма, сарадња са другим организацијама и туристичким субјектима и сл.

Неке од важних активности на развоју туристичких производа су свакако оне које се односе на развој конгресног туризма. У том контексту, ТОНС ради на следећим активностима:

- Припрема новог издања брошуре намењене конгресној индустрији.
- Напоградња секције на сајту са информацијама за конгресну индустрију.
- Сарадња са актерима конгресне индустрије.
- Учешће на догађајима.
- Учлањење у међународне организације и асоцијације.
- Учешће у организацији и подршка одржавању конференција и других пословних догађаја.

У 2023. години су планиране следеће активности на развоју туристичких производа:

Креирање туристичког производа "Новосадски вински пут", што ће обухватити следеће активности на развоју производа:

- Увезивање угоститеља са винарима;
- Увезивање агенција са винарима / креирање програма / београдске агенције;
- Увезивање агенција са винарима / туре обиласка / новосадске агенције;
- Долазак новинара, инфлуенсера;
- Наступи на винским догађајима по препоруци винара;
- Сајам туризма и вина;
- Наступи: Интерфест, Укуси Војводине, Београдски Сајам.

Креирање туристичког производа "Новосадски гастро пут", што ће обухватити следеће активности на развоју производа:

- Реализација пројекта о гастрономији са експертима у овој области, сарадња са угоститељима;
- Увезивање производа са заштићеним географским пореклом у гастрономску понуду;
- Презентација на Укусима Војводине, Сајмовима и другим догађајима.

Креирање туристичког производа "Зелени Нови Сад", што ће обухватити следеће активности на развоју производа:

- Споменици НОБ-а и Фрушкогорске стазе (увезивање планинара, агенција и осталих на промоцији);

- Подстицање уређења планинарских стаза;
- угоститељи (теренско истраживање, фотографисање и даља промоција).

Поред наведеног, важно је поменути да је у плану да се 2023. године заврши документација за Ботаничку башту у Новом Саду, за коју се верује да ће бити значајна туристичка атракција.

Такође, активности на развоју културног туризма подразумевају и догађаје и програме културних станица које су настале као легат пројекта Европске престонице културе – Нови Сад 2022.

6. SWOT АНАЛИЗА

SWOT (енгл. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats, односно снаге, слабости, шансе и претње) анализа представља планску методу стратешког управљања у сврху уочавања стратешких избора довођењем у везу четири аспекта евалуације:

- Снаге представљају оно на шта се, с обзиром на интерне карактеристике, може ослонити у остваривању успеха;
- Слабости су интерне карактеристике које су баријере остваривању циљева или правца развоја;
- Шансе су екстерни чиниоци који имају позитиван утицај на могућност брзог спровођења и атрактивност подухвата, али углавном имају ограничен утицај на сама стратешка опредељења;
- Претње представљају екстерне аспекте који се потенцијално могу ограничити или унети додатне ризике у планирање и реализацију.

SWOT анализа у овом документу представља комбинацију канцеларијског истраживања, анкетног истраживања, разговора са актерима на дестинацији, компаративне анализе узора и конкурената и као таква служи као основ за даље планирање.

Табела 21. SWOT анализа

CHAGE	
Људски ресурси	1. Континуирано улагање у људске ресурсе, представнике јавног и приватног сектора. 2. Континуирана сарадња са НСЗ у вези унапређења вештина незапослених. 3. Постојање рецептивних агенција на дестинацији. 4. Постојање факултета за туризам и високе академске школе. 5. Квалитетан и стручан кадар запослен у туристичко-угоститељским објектима.

- Дугогодишња традиција Удружења угоститеља на дестинацији.

Инфраструктура и саобраћај

- Близина коридора 10 и Дунава.
- Близина путничког аеродрома Никола Тесла.
- Опоређење великих инвеститора за улагања у област туризма, пре свега у хотелске садржаје.
- Разноврстан број и структура смештајних капацитета.

Туристички производи

- Веома дуга традиција сајамског и пословног туризма.
- Близина Фрушке горе, Дунава и Сремских Карловаца као додате вредности формирању понуде производа и услуга.
- Легат Европске престонице културе и Омладинске престонице.
- Културни туризам – културно наслеђе (Тврђава као један од највећих потенцијала и ресурса).
- Велики број манифестација од којих неке имају дугу традицију (Змајеве дечије игре).
- Вински туризам - постојање великог броја винарија на дестинацији.
- Производи специјалних интереса (активни одмор, пешачење, бициклизам, излети у природу).

Усклађеност са другим делатностима

- Сарадња сектора туризма и угоститељства са сектором образовања, удружењима, пољопривредним газдинствима и културно-уметничким друштвима и сл.
- Усклађеност развоја туризма са развојем саобраћаја и грађевинарства.

Маркетинг и дистрибуција

- Велики број штампаног материјала, текстова и грађе о дестинацији.
- Велики број фото и видео документације о дестинацији.
- Проактивна промоција на дигиталу која је перципирана као пример добре праксе у Србији.
- Добра сарадња са ТОС-ом и ТОВ-ом.
- Изузетно добро конципиран систем промоције и маркетинга дестинације.
- Проактиван наступ на сајмовима са акцентом на директну продају.
- Перцепција сарадње са приватним сектором и заједничким активностима.
- Активирање сајма туризма у оквиру Новосадског сајма.
- Опоређење међународних ланаца за дестинацију, што доприноси имиџу дестинације.

СЛАБОСТИ

Људски ресурси

- Недовољна повезаност носилаца туристичке понуде.
- Недовољна активност у делу међународних пројеката чији је циљ унапређење капацитета.
- Недовољно едукације из домена писања пројеката за ЕУ фондове.

Инфраструктура и саобраћај

1. Саобраћајна инфраструктура не прати потребе развоја туризма.
2. Проблем недостатка паркинга за туристичке аутобусе.
3. Недовољно сређена Петроварадинска тврђава (прилази, осветљење итд.).

Туристички производи

1. Недовољно развијени препознатљива гастрономска понуда дестинације.
2. Недовољно активирана понуда руралног туризма.
3. Не постоји јединствена продајна понуда (УСП) производа и услуга.

Усклађеност са другим делатностима

1. Недовољна сарадња факултета за туризам са туристичком привредом.
2. Недовољно брза координација са другим делатностима од значаја за даљи развој дестинације (саобраћај, грађевинарство и сл.)

Маркетинг и дистрибуција

1. Недовољно јасан имиџ дестинације.
2. Недефинисан бренд идентитет дестинације.
3. Недовољно идентификован аутентични сувенири.

ШАНСЕ

Људски ресурси

1. Унапређен систем студијских путовања на дестинације узоре и конкуренте.
2. Интерпретација наслеђа по моделу „storytelling“, анимација у туризму, обука за туристичке водиче и сл.).
3. Проактивније учешће при аплицирању у пројектима које финансирају домаћи и страни фондови.

Инфраструктура и саобраћај

1. Увођење чешћих аутобуских линија према аеродрому Никола Тесла.
2. Паркинг за туристичке аутобусе.
3. Реализација мреже пешачких и бициклистичких комуникација, система јавног превоза путника и паркинг простора за посетиоце.
4. Модерно зонирање града према тематским областима.
5. Опредељење великих инвеститора за улагање у хотелски сектор.

Туристички производи

1. Експоненцијални раст туристичког промета на дестинацији (градски и културни туризам као његов сегмент).
2. Растућа тражња за градским туристичким дестинацијама у региону.
3. Развијен вински туризам у околини Фрушке горе који може бити комплементарни туристички производ дестинације.

4. Велики потенцијал Петроварадинске тврђаве имогућност уласка на УНЕСКО листу културне баштине.
5. Богати културно историјски и природни ресурси на дестинацији.
6. Развој културних и креативних индустрија.

Усклађеност са другим делатностима

1. Тренд здраве исхране којима људи теже - организована производња и пласман локалних производа сеоских домаћинстава гостима хотела и ресторана.
2. Комплементарна делатност са доменом културе и младих због Европске престонице.

Маркетинг и дистрибуција

1. Повезивање са представницима туристичке привреде у домену маркетинг активности.
2. Већа укљученост у промотивне кампање ТОС-а.
3. Организовање студијских путовања за рецептивне туристичке агенције и новинаре.
4. Директна продаја дестинације.
5. Директна подршка туристичким агенцијама које се баве рецептивним туризмом.

ПРЕТЊЕ

Људски ресурси

1. Одлазак великог броја угоститељских и туристичких радника различитих профила у иностранство (Хрватска, Словенија, Црна Гора).

Инфраструктура и саобраћај

1. Рат у Украјини који као последицу има смањење удела руског тржишта у које је улагано, али и општу економску кризу која се одражава на путовања (нпр. пораст цене горива).
2. Енергетска криза у региону.

Туристички производи

1. Смањење обима пословног туризма услед околности на макро нивоу.

Усклађеност са другим делатностима

1. Недовољна комуникација са другим секторима од виталног значаја за даљи развој дестинације (саобраћај, комунално предузеће итд).

Маркетинг и дистрибуција

1. Недовољно улагања у дигитални маркетинг.
2. Непрепознавање потреба у домену пословног туризма и развоја подршке унапређења сајамских наступа.

7. АНАЛИЗА КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ТРЖИШТА ОД ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ ГРАДА НОВОГ САДА

Туристичко тржиште Новог Сада је разнолико - од пословних туриста до индивидуалних посетилаца различитих категорија. У структури индивидуалних посетилаца све више доминирају млади и породице с децом, а све је већи и удео иностраних туриста.

Геосегменти

Геосегменти подразумевају најзначајније сегменте тржишта према географском критеријуму, односно земљама из којих долазе. Када је реч о географским сегментима, у Новом Саду су доминантни страни посетиоци, који чине око 60% укупне тражње, а доминирају посетиоци из Немачке, Француске, Русије, Шпаније и Велике Британије. У већој мери заступљени су и туристи из Турске, Кине, Холандије као и региона - пре свега из Хрватске и Словеније. У табели 22. се налазе топ 10 земаља из којих долазе туристи у Нови Сад, а према подацима о посетама инфо центру. Поређења ради узета је година пре Ковида-19 – 2019. година и 2022. година.

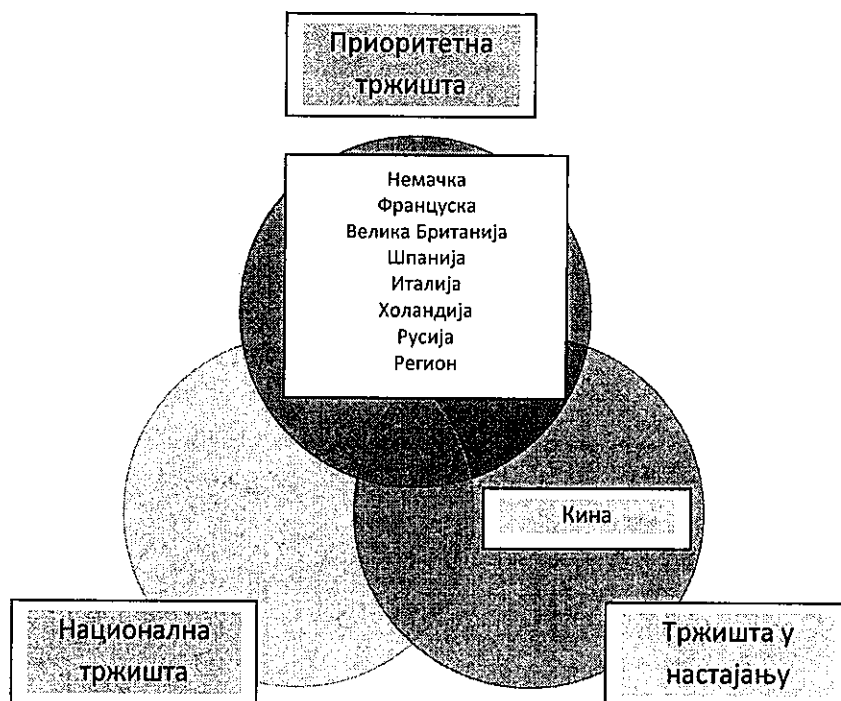
Док је структура топ 10 земаља врло слична у последњих пар година, приметан је и пораст броја туриста из Кине, Италије и Холандије. Број туриста из Индије се пак у периоду после ковида знатно смањио.

Табела 22. Топ 10 земаља из којих туристи долазе према подацима о посети инфо центра (2019. и 2022. година)

Ранг 2019. година	Држава	Број посета инфо центру	Ранг 2022. година	Држава	Број посета инфо центру
1	Немачка	787	1	Немачка	568
2	Русија	513	2	Француска	389
3	Француска	311	3	Русија	323
4	Велика Британија	242	4	Кина	307
5	Турска	239	5	Шпанија	241
6	Индија	187	6	Велика Британија	241
7	Шпанија	185	7	Турска	214
8	Словенија	146	8	Италија	192
9	САД	132	9	Холандија	184
10	Хрватска	129	10	Хрватска	168

Извор: Туристичка организација Града Новог Сада

Приоритетна тржишта обухватају пре свега тржиште Западе Европе и регионално тржиште (Хрватска, Словенија, БиХ) на чијем даљем привлачењу треба да ради Туристичка Организација Града Новог Сада заједно са Туристичком организацијом Србије. У овом домену потребна је и сарадња са туристичком дестинацијом Београд.



Шема 1. Туристичка тржишта града Новог Сада

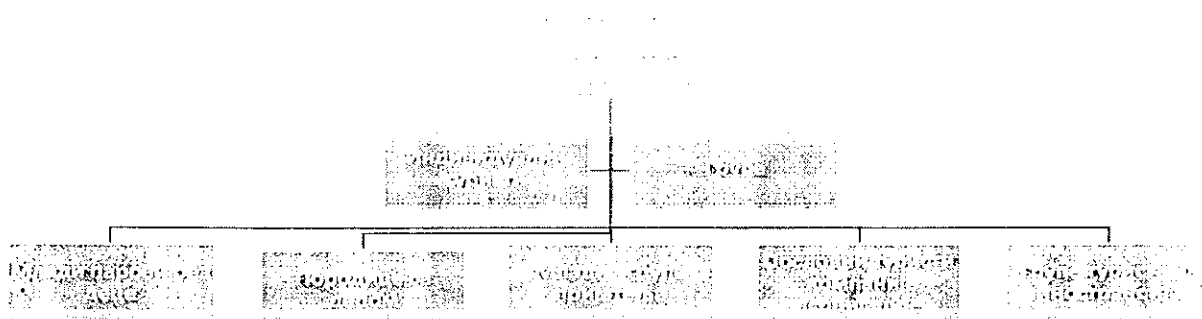
Тржиште у настајању ће се освојити сарадњом са Туристичком организацијом Србије. То су пре свега удаљенија тржишта Кине и Индије, али и Турске са којом имамо добру саобраћајну повезаност.

Циљни сегменти

Циљни или тржишни сегменти представљају сегменте тржишта издвојене на основу различитих критеријума, попут старости, платежне способности, породичног статуса, мотива посете и слично. Када је реч о циљним сегментима, у наредном периоду Нови Сад тежи привлачењу циљне групе високоплатежно способних гостију, пре свега индивидуалних, као што су млади људи, парови, групе пријатеља и породице с децом. Посебан акценат је и на привлачењу циљне групе пословних људи.

Табела 23. Кључни тржишни сегменти Новог Сада

Тржишни сегмент	Опис
Млади парови без деце	DINKS – (dual income no kids). Парови углавном млађи од 35 година. Изнад просечног дохотка, односно са дуплим буџетом за путовања.
Породице са децом	Породице које желе квалитетно провести време заједно бавећи се активностима као што су шетња, бициклизам, купање и истраживање. Од просечног до високог образовања и просечног дохотка.
Групе пријатеља - углавном Генерације Y и Z	Генерације Y (миленијалци или рођени између раних 80-их и 90-их) и Z (рођени између краја 90-тих и 2010.) су спонтане, уживају у сваком тренутку на дестинацији и увек су у потрази за новим изазовима. У великој мери користе друштвене медије за резервације и током самог путовања. Обично путују у групама и желе активан одмор.
Сениори	Људи старости преко 65 година. Углавном учествују у кружним турама, речним крстарењима. Нагласак на туристима из Западне Европе, САД-а.
Пословни туристи	Високи приходи, високо образовани појединци. Путују углавном да би присуствовали великом догађају или састанку које организује асоцијација или корпорација. Када су на дестинацији, троше изнад просека, и често свој боравак продуже из туристичких разлога. Компанија или асоцијација често прави резервацију у њихово име.



Шема 2. Циљне групе – тржишни сегменти Новог Сада

У наредном периоду, са развојем конгресног туризма, тежи се повећању заступљености пословних туриста (корпорације – подстицајна путовања, тим билдинзи, асоцијације – конгреси, семинари, конференције), а пре свега у периоду ван главне туристичке сезоне (октобар–април). Ако анализирамо циљне групе према платежној способности, највише новца за путовања свакако имају млади парови без деце (DINKS- dual income no kids) и млади – млади самци и групе пријатеља. Када је реч о групама, то су превасходно пословни туристи, те је акценат на привлачењу ових циљних група.

Маркетинг активности

Промоцијом туристичке понуде Новог Сада бави се Туристичка Организација Града Новог Сада, користећи комбиновано дигиталне и традиционалне алате у свом маркетинг приступу. У наставку ће бити анализирани кључни алати промоције туристичке понуде Новог Сада.

Традиционални алати

Промоција која се одвија на традиционалан начин је важна колико и on-line стратегија. Како је циљно тржиште Новог Сада разноврсно, постоји велики удео тржишта до којих се не може допрети on-line, јер нису корисници интернета или немају развијену навику информисања о производима, услугама, атракцијама и дестинацијама путем интернет портала.

С друге стране, овакав вид промоције има и бројне недостатка као што су једносмерна комуникација и немогућност праћења броја прегледа и утврђивање профила потенцијалних корисника.

Најзначајнији традиционални алати који се користе у промоцији туристичке понуде Новог Сада су сајмови, штампани промотивни материјали, студијске посете организатора путовања, новинара и блогера, оглашавање у штампаним и електронским медијима као и односи са јавношћу.

Сајмови и промотивни наступи

ТОНС промовише туристичку понуду Новог Сада на сајмовима туризма и другим промотивним наступима у земљи и иностранству самостално и у сарадњи са Туристичким организацијама Србије, Војводине, Београда, као и другим организацијама са којима ТОНС има сарадњу.

1. **Сајмови у иностранству** – ТОНС планира учешће у сарадњи са Туристичком организацијом Србије, Војводине и Београда, као и самостално.

2. **Сајмови у земљи** – ТОНС планира учешће у сарадњи са Туристичком организацијом Србије, Туристичком организацијом Војводине, као и самостално.
3. **Промотивни наступи** – ТОНС промовише туристичку понуду Града Новог Сада на промотивним наступима у земљи и иностранству самостално и у сарадњи са Туристичким организацијама Србије, Војводине, Београда као и другим организацијама и удружењима са којима ТОНС има сарадњу.

Штампани промотивни материјал

Штампани промотивни материјал ТОНС-а обухвата: брошуре, публикације, водиче, туристичке мапе, памфлете, промотивне флајере, фолије за брендирање и други штампани промотивни материјал.

ТОНС откупљује промотивни материјал (књиге, брошуре и водиче) за потребе промоције Града Новог Сада.

Дистрибуција промотивног штампаног материјала одвија се:

- преко инфо центара ТОНС-а и ТОС-а;
- на сајмовима, специјализованим манифестацијама;
- директним слањем материјала на адресе у земљи, заинтересованим организацијама;
- преко дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству;
- на захтев државних органа и других заинтересованих организација и институција, за потребе међународних скупова и приликом посета страних делегација, туроператора, агенција, новинара и других пословних партнера;
- на захтев представника туристичке привреде Новог Сада.

Студијске посете организатора путовања, новинара и блогера

ТОНС организују студијске посете Новом Саду за групе организатора путовања и новинара / блогера / инфлуенсера.

У циљу позиционирања Новог Сада као туристичке дестинације и промоције туристичке понуде града, креирања тражње за туристичким производом Новог Сада и уласка туристичког производа града у програме страних и домаћих организатора путовања, ТОНС организује студијска путовања за представнике организатора путовања из земље и иностранства самостално и у сарадњи са Туристичким организацијама Србије, Београда и Војводине као и заинтересованим авио компанијама и туристичким агенцијама.

Основни циљеви су повећање броја организатора путовања на студијским путовањима и креирање нових програма путовања у којима ће се наћи Нови Сад.

ТОНС наставља да у посету дестинацији позива утицајне новинаре, блогере и инфлуенсере из земље и иностранства, а у циљу креирања свести код потенцијалних потрошача – туриста о Новом Саду као пожељној дестинацији. ТОНС ће организовати и учествовати у организацији ових путовања у земљи, а која имају за циљ објављивање чланака / репортажа о туристичкој понуди Новог Сада као и промоцију града.

Основни циљеви су повећање броја медија на студијским путовањима, сарадња са утицајним блогерима и инфлуенсерима из земље и региона кроз могуће посредство агенције за инфлуенс маркетинг и повећање броја објављених чланака, промотивних садржаја и емитованих програма о Новом Саду.

Оглашавање у штампаним и електронским медијима

Оглашавање у штампаним и електронским медијима подразумева пласирање огласних решења, односно ТВ и радио спотова у земљи и иностранству.

- ТВ оглашавање;
- Радио оглашавање;
- Оглашавање у магазинима и специјализованим часописима;
- Оглашавање кроз специјализоване емисије на телевизијским станицама;
- Оглашавање путем билборда, „City light“ и других „outdoor“ медија.

Информисање и односи с јавношћу

- Редовно извештавање јавности и медија о спроведеним активностима, одржавање конференција за новинаре, пружање потребних информација писаним медијима, сарадња са електронским медијима, студијска путовања за новинаре / блогере / инфлуенсере.
- Ангажовање агенције за достављање пресклипинга.

Дигитални алати

Поред традиционалних канала оглашавања, употреба дигиталног маркетинга је у све већем порасту. Предности коришћења онлајн канала маркетинга су бројне:

- повећавају видљивост и лако проналажење информација о садржајима који се оглашавају;
- омогућава таргетирање тачно одређене циљне групе корисника који представљају профил потенцијалних купаца/посетилаца;

- олакшавају и омогућавају двосмерну комуникацију са потенцијалним посетиоцима, корисницима;
- пружа могућност једноставног и детаљног мерења резултата и анализирања понашања посетилаца што омогућава да маркетинг кампања буде максимално фокусирана и донесе оптималне резултате;
- економичније је и исплативије него оглашавање путем класичних медија.

У наставку ће бити описане активности ТОНС-а у вези са дигиталним алатима маркетинга.

Дигитално оглашавање

- Оглашавање на интернет претраживачима Google и Youtube укључује дисплеј оглашавање и видео оглашавање. Дисплеј оглашавање подразумева пласирање мултимедијалних огласа (банера) на интернет сајтовима који су део оглашивачке мреже интернет претраживача. Видео оглашавање подразумева пласирање видео огласа на платформи за видео садржај (Youtube).
- Оглашавање на интернет порталима и другим дигиталним платформама у земљи и иностранству у смислу закупа простора за огласне поруке и пласирања промотивних чланака и видео садржаја о туристичкој понуди Новог Сада.
- Оглашавање на друштвеним мрежама („Facebook“/„Instagram“). Плаћени огласи, промовисање објава налога ТОНС-а на друштвеним мрежама у циљу повећања видљивости садржаја којим се промовише Нови Сад и повећања броја пратилаца ТОНС-ових налога. Редовно креирање, ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних и видео), на профилима ТОНС-а.

Сајт Туристичке организације града Новог Сада

- Унапређивање функционалности, надоградња и увођење нових сервиса на интернет презентацији ТОНС-а;
- Редовно креирање, ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних и видео), на страницама ТОНС-а;
- Одржавање, хостинг подршка, администрација (неопходне измене) сајта ТОНС-а (све језичке варијанте).

У поређењу са осталим градским дестинацијама у Србији, може се рећи да позиционираност дестинације Нови Сад на интернету релативно добра, захваљујући званичном сајту, налозима на друштвеним мрежама Facebook и Instagram и YouTube каналу, с тим што се сваки од наведених канала може додатно унапредити.

На свим дигиталним каналима се потпуно оправдано форсира признање за престоницу културе, са мноштвом пратећих садржаја, активности и детаља, чиме се Нови Сад издваја као значајна културна дестинација.

Посебне напомене у вези са маркетиншким активностима

Да би се ефекти on-line промоције повећали потребно је:

- Покренути озбиљније кампање на друштвеним мрежама и путем Google и YouTube огласа, усмерене ка циљним сегментима тржишта;
- Креирати стратегију за TikTok друштвену мрежу и започети озбиљан натуп на овој платформи;
- Оптимизовати сајт novisad.travel како би се садржаји са овог сајта боље рангирали у резултатима Google претраге.

8. РАЗВОЈНИ МОДЕЛ, ЦИЉЕВИ И ПРОЈЕКЦИЈЕ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ГРАДА НОВОГ САДА

Правци развоја туризма Новог Сада дефинисани су кроз циљеве развоја. План имплементације и операционализације циљева објашњено је детаљно кроз Акциони план, где се могу сагледати оперативни циљеви, мере, активности и рокови имплементације за сваки дефинисан циљ развоја туризма. Развојни модел, циљеви и пројекције садрже основне принципе и смернице политике развоја одрживог туризма на територији Новог Сада, а такође су усклађени са циљевима одрживог развоја туризма дефинисаним у Стратегији, чиме се осигурава оквир за одрживи развој туризма и континуирано повећање конкурентске способности и позиције туристичког сектора Новог Сада.

У наредном периоду, Нови Сад мора да се фокусира на неколико кључних циљева (општи, посебни и појединачни) у развоју туризма, а који се могу сублимирати на следећи начин:

Општи циљ

Подизање конкурентности Новог Сада као градске туристичке дестинације

Посебан циљ 1:

Унапређење квалитета туристичке понуде Новог Сада

Појединачни циљеви:

1. Унапређење опште и туристичке инфраструктуре
2. Успостављање система туристичког зонирања

3. Развој туристичких производа на дестинацији и пратеће инфраструктуре
4. Подршка развоју предузетништва

Посебан циљ 2:

Унапређење видљивости и позиције дестинације на тржишту

Појединачни циљеви:

1. Унапређење маркетинг активности дестинације
2. Дефинисање и унапређење бренда туристичке дестинације

Посебан циљ 3:

Подизање капацитета људских ресурса у туризму

Појединачни циљеви:

1. Унапређење вештина и знања запослених у туризму
2. Унапређење система едукација људских ресурса у туризму

Општи циљ подизања конкурентности Новог Сада као туристичке дестинације пратиће се путем неколико квантитативних и квалитативних индикатора.

Кључни квантитативни индикатори:

- Раст броја туристичких долазака за 15%
- Раст броја остварених ноћења за 20%
- Повећање просечне дужине боравка

Кључни квалитативни индикатори:

- **Унапређење маркетинг активности у односу циљне сегменте;**
- Успостављен система **јасног туристичког зомирања**, а у складу с препорукама овог документа;
- **Континуирана едукација** и усавршавање људских ресурса у складу са светским трендовима;
- **Јасно дефинисан бренд туристичке дестинације** и с тим у вези унапредити и све елементе тржишног наступа;

На основу предвиђеног раста броја долазака и ноћења туриста, а узимајући у обзир кретања туристичког промета у 2022. Године, урађене су пројекције раста броја туриста и ноћења - Табеле 24. и 25.

У табели 24. приказане су пројекције раста броја туриста са кумулативном стопом од 15%, закључно са 2025. годином.

Табела 24. Пројекције раста броја долазака страних и домаћих туриста до 2025. године

Година	Укупан број долазака	Број домаћих туриста	Број страних туриста	Стопа раста домаћих туриста	Стопа раста страних туриста	домаћих туриста	страних туриста
2022.*	240.765	93.979	146.786	46,0%	110,0%	39,0%	61,0%
2023.	247.048	95.858	151.189	2,0%	3,0%	38,8%	61,2%
2024.	259.400	100.651	158.749	5,0%	5,0%	38,8%	61,2%
2025.	277.133	105.684	171.449	5,0%	8,0%	38,1%	61,9%

Извор: * е-Туриста и ауторов прорачун

У табели 25. приказане су пројекције раста броја ноћења туриста са кумулативном стопом од 20%, закључно са 2025. годином.

Табела 25. Пројекције раста броја ноћења страних и домаћих туриста до 2025. године

Година	Укупан број ноћења	Број ноћења домаћих туриста	Број ноћења страних туриста	Просечна дужина боравка домаћих туриста	Просечна дужина боравка страних туриста
2022.*	567.542	178.560	388.982	1,9	2,7
2023.	615.047	191.717	423.330	2,0	2,8
2024.	645.799	201.302	444.497	2,0	2,8
2025.	682.852	211.368	471.484	2,0	2,8

Извор: * е-Туриста и ауторов прорачун

9. АНАЛИЗА И ПЛАН КОНКУРЕНТНОСТИ СА ПРЕДЛОГОМ КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА

План конкурентности садржи мере за унапређење пословног амбијента за развој туризма у АП Војводини и Новом Саду, а садржи и мере за унапређење пословног амбијента за развој туризма. У наставку је дат план инвестиционих пројеката који подразумева усклађеност пројеката са Стратегијом и осталим планским документима Републике Србије, АП Војводине и Града Новог Сада, процењену вредност пројеката, имовинско-правни статус, носиоце реализације, начине и изворе финансирања, рокове за реализацију и очекиване ефекте.

План конкурентности Града Новог Сада подразумева и дефинисање основних одредница планског контекста и упоришта развоја туризма Новог Сада, које су приказане у табели 26.

Табела 26. Плански контекст

Елементи планског контекста	Опис
Локација	Смештен на обали Дунава, бицикличичка стаза Еуровело 6, Међународни аутопут Е-75, воз Београд – Будимпешта (завршетак брзе пруге отвара нове могућности)
Имни	Имни „Српске Атине“ који је оживљен титулом Европске престонице културе. Нови Сад град културе.
Културно и историјско наслеђе	Богато културно-историјско наслеђе од 17. века па до данас. Градитељско наслеђе кроз векове од Петроварадинске тврђаве до модерних Лимана.
Растући сектор креативних индустрија	Креативни сектор, уметнички сектор, индустрија гејминга, иновације као основа за даљи развој
Снажна база универзитета	Факултета у оквиру УНС, научни центри, лабораторије, институти.
Наслеђе Европске престонице културе и Омладинске престонице културе	Велики легат ОПК и ЕПК које остављају граду мрежу културних станица, кинеска четврт – креативни дистрикт итд.

Табела 27. Главна упоришта

Елементи главних упоришта	Опис
Одржива „паметна“ градска дестинација	Дестинација која тежи да буде одржива, уз осавремењавање свог садржаја и туристичке понуде применом паметних технологија
Туристички производи	Туристички производи који осликавају паметну дестинацију и то комбинација кратког градског одмора са нагласком на културно-историјско наслеђе, вино и гастрономију. Производе прате планске одреднице ка улагањима у инфраструктуру.
Дестинацијско управљање	Механизам сарадње јавног, приватног и цивилног сектора у светлу раста дестинације; Осавремењавање функционисања Туристичке организације Града Новог Сада

Како би био конкурентан у великој међународној, а пре свега регионалној конкуренцији, Нови Сад мора да се издвоји као аутентична, атрактивна *city break* дестинација.

Визија

Из свега наведеног произилази да Нови Сад тежи да постане:

Препознатљива дестинација мултикултуралности, креативности и иновација са гастрономским укусима, културним и историјским наслеђем представљеним кроз атрактивну понуду туристичких производа и услуга који се чине једном од најпожељнијих места за посету у региону Централне Европе.

Мисија

Како би се то остварило, Нови Сад треба да спроведе активности које ће га учинити дестинацијом која:

- Има јасно дефинисану туристичку понуду која креира доживљаје и искуства за посетиоце;
- Има препознатљив имиџ и бренд;
- Има препознатљиву сарадњу јавног и приватног сектора;
- Има савремене маркетиншке активности усмерене на дигиталном маркетингу и директној продаји;
- Има јасно дефинисане туристичке сегменте тржишта и фокусиране маркетиншке активности у циљу што боље операционализације активности;
- Посебан акценат биће на одрживости, и то кроз неколико кључних области – паметне технологије, туристичке производе и догађаје.

Тренутна конкурентска позиција Новог Сада као туристичке дестинације захтева унапређење у неколико кључних сегмената. Прво, бренд дестинације није довољно детаљно разрађен и дефинисан. Кључне вредности града као и основни елементи бренда идентитета нису уобличени и јасно повезани на тржишту. Како су кључне циљне групе утврђене овим документом, потребно је спровести таргетирану маркетинг кампању којом би се уз употребу маркетинг алата прилагођених циљној групи повезала јединствена вредност бренда.

Туристичка дестинација Града Новог Сада тежи да се позиционира као „паметна“ дестинација која користи бенефите паметних технологија у циљу креирања туристичког искуства и боље интерпретације културног и историјског наслеђа, као и унапређења пословног туризма и активног одмора. Са понудом усмереном на националном и регионалном тржишту, Нови Сад користи предности Дунава, Фрушке горе али и легата Омладинске Престонице Европе и Европске Престонице Културе као елемената диференцијације међу дестинацијама.

План инвестиција

Обзиром на организованост органа, служби и организација Града Нови Сад планове за инвестиционе пројекте достављају се на годишњем нивоу. Предлог кључних инвестиционих пројеката Града Новог Сада садржан је у Плану јавних инвестиција Града Новог Сада (у даљем тексту План) за период од 2022. до 2024. годину бр. II-020-4/2021-75/b од 10.12.2021. године и II-020-4/2022-35/b од 17.06.2022. године. Наведени документ се ревидира сваке године, а доноси за период од три године.

План садржи све инвестиције, тј. капиталне пројекте (мале, средње и велике вредности) које се финансирају из буџета Града Новог Сада, односно финансирање се врши кроз реализацију програмских активности. Капитални пројекти и капитални расходи су у сагласности су са Уредбом о управљању капиталним пројектима²⁴, а исказани су према прегледу носилаца пројеката, који одговара организационој структури расхода и издатака у Одлуци о буџету Града Новог Сада, према областима улагања, према прописаној функционалној класификацији расхода и издатака, прописаној програмској класификацији, као и према виду финансирања из средстава буџета, роковима реализације и трајању пројекта.

Такође, у тачки 2. Плана издвојени су пројекти средње вредности „Европска престоница културе“, „Спорсткни комплекс у Футогу“ и „Набавка 10 електричних аутобуса и инфраструктура за пуњење аутобуса“ који су у фази имплементације.

Капитални пројекат велике вредности је „Изградња пешачког моста и обнова објеката Петровардинске тврђаве са “Подграђем“ чији је носилац Градска управа за грађевинско земљиште и инвестиције, док се имплементација планира са Градском управом за културу.

Према тренутно важећем Плану укупан износ свих инвестиција у Граду Новом Саду износи близу 14 милијарди динара и саставни је део финансијских планова директних буџетских корисника. Део инвестиционих пројеката Плана који су повезани са туризмом приказан је у табели 28.

²⁴Службени гласник РС, број 51/19, Београд

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Табела 28. Део Плана јавних инвестиција Града Новог Сада од 2022-2024. године

Редн и број	Носилац пројекта	реализације	Назив програмске активности/пројекта	ИП односи решен/ нерешен Започет/ нов пројекат	Траја ње пројек та	Укупна вредност пројекта	Извори финанс ирања	Очекивани ефекти
1.	ГУ за грађевинско земљиште и инвестиције ²⁵		Изградња пешачко бицикличког моста и обнова објекта Петроварадинске тврђаве са Подграђем.	решени	2022- 2028	3.358.800.000,00	ГНС	Предвиђена је изградња пешачко бицикличког моста на постојећим стубовима некадашњег моста Франца Јозефа, тунела и приступне пешачке и бицикличке везе са обе стране Дунава.
2.	ГУ за грађевинско земљиште и инвестиције		Атлетска дворана и стадионом са инфраструктуром.	решени	2019- 2025	4.500.000.000,00	ГНС	Реализација овог пројекта обезбедиће савремени простор за атлетска такмичења и тренинге. На потезу северно од Булевара војводе Степе планира се изградња атлетске дворане, стадиона, помоћних терена, простора за загревање, дечијих стаза и игралишта, паркинга, колских и пешачких комуникација, као и тренинга за друге спортове као што су

²⁵Допис Градске управе за грађевинско земљиште и инвестиције број XXIV-351-2/22-836 од 20.10.2022. године сви износи дати за наведене пројекте рађени су на дан 25.08.2022. године.

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

							тенис, мали фудбал и др.
3.	ГУ за грађевинско земљиште и инвестиције	Спортски комплекс у Футогу.	решени	2021-2023	1.759.459.825,60	ГНС	Садржаји спортском комплекса су: затворени олимпијски базен 50x25 м и мали (дечији) базен 25x7 м. отворени спортски терени (два кошаркашка и дватениска терена), дечија игралишта и теретана на отвореном, пратећа инфраструктура неопходна за функционисање објекта. пешачке стазе, паркинзи за аутомобиле и аутобусе. јавно осветљење, трафо и др.
4.	ГУ за грађевинско земљиште и инвестиције	Изградња бициклическе стазе Нови Сад-Руменка мимо одвајања моторизованог саобраћаја	решени	2022-2024	213.830.000,00	ГНС	Развој цикло туризма
5.	ГУ за грађевинско земљиште и инвестиције	Изградња бициклическе стазе Нови Сад-Бегеч од Улице Симе Матавуља (НС) до Дунавске улице (Футог) L=10.573 м	решени	2022-2023	173.327.000,00	ГНС/АПВ	Развој цикло туризма
6.	ГУ за грађевинско земљиште и инвестиције	Изградња декоративног осветљења од јавног значаја на територији Града Новог Сада	решени	2022-2023	58.080.000,00	ГНС/АПВ	
7.	ГУ за грађевинско земљиште и инвестиције	Европска престоница културе	започет	(2018-2023) 2022-2023	(1.132.235.666,26) 422.816.200,00	ГНС	Развој културе и информисања
8.	ГУ за саобраћај и путеве	Набавка 10 електричних	започет	2021-	950.400.000,00	ГНС	Економичност градског

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

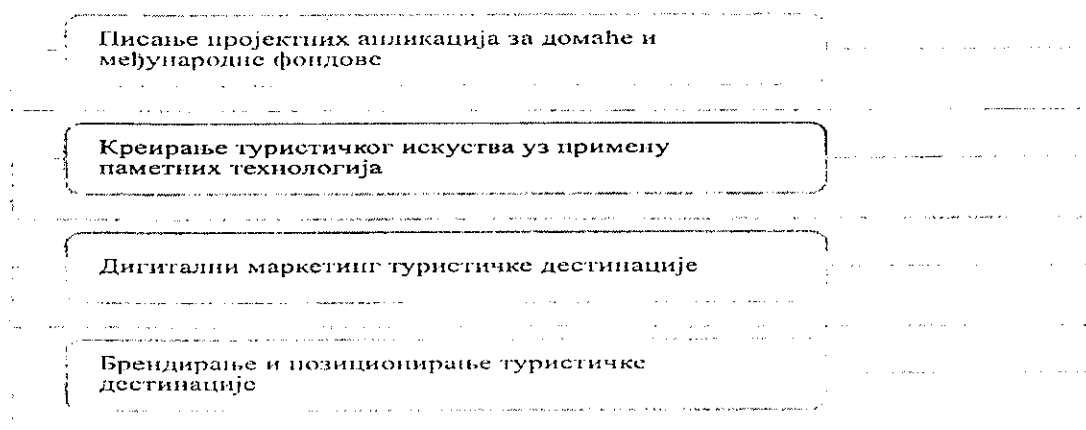
				2022			превоза
9.	ГУ за заштиту животне средине	Изградња ботаничке баште – израда пројектне документације	започет	2021-2022	32.400.000,00	ГНС	Ботаничка башта ће када се заврши имати све пратеће садржаје. Ново у понуди

Извор: План јавних инвестиција Града Новог Сада за период од 2022. до 2024. годину бр. II-020-4/2021-75/б од 10.12.2021. године и II-020-4/2022-35/б од 17.06.2022. године

Подизање капацитета људских ресурса у туризму

Подизање капацитета људских ресурса у туризму подразумева организацију и провођење едукације за пружаоце туристичко-угоститељских услуга на локалном нивоу, с основним циљем унапређења квалитета пружених услуга и повећања одрживости локалних бизниса и целокупног туристичког и угоститељског сектора на локалном нивоу.

Едукације треба да буду усмерене на следеће четирикључне области:



Шема 3. Основне области едукације људских ресурса

Едукације треба што више организовати на практичним обукама где ће запослени у туризму моћи да стекну практичне вештине које ће бити примењиве на њиховом радном месту. Предложене теме едукација засноване су на идентификованим потребама током консултативних састанака са актерима. Међутим, неопходно је истраживање потреба тржишта - односно истраживање потреба за одређеним вештинама и знањима код запослених у туризму.

На основу добијених резултата, треба организовати тематске радионице са запосленима у туризму и хотелијерству. Теоријски део едукација требао би бити поткрепљен упознавањем са примерима добре праксе на терену и посећивању успешних организација у туризму, које се могу сматрати узорима.

Ову активност може иницирати и организовати Туристичка организација Града Новог Сада за све учеснике едукација на дестинацији.

Такође, редовне едукације свих оних који се баве управљањем дестинације Нови Сад, а уз стално упознавање с примерима успешних модела управљања дестинацијама, требало би организовати на годишњем нивоу.

Такође, квалитетна едукација кадрова у туризму и угоститељству, у виду средњег и високог образовања, треба да подразумева усаглашавање садржаја студијских програма с потребама тржишта.

Основне активности које треба спровести у оквиру плана развоја људских ресурса су наведене у табели.

Табела 29. Активности у оквиру плана развоја људских ресурса

1. Креирање програма едукација базираних на истраживањима реалних потреба на тржишту
2. Аплицирати за пројекте који подржавају програме развоја едукације на туристичким дестинацијама и обезбеђење адекватних средстава;
3. Мапирање актера у туризму и угоститељству који ће се прикључити едукацијама; Организовати редовне годишње програме едукација за одређене групе запослених
4. Реализација едукација и успостављање плана редовних едукација туристичке привреде.

Унапређење бренда, маркетинга и сарадње између субјеката туризма

Унапређење бренда, маркетинга и сарадње између субјеката туризма обухвата низ активности које треба предузети како би се промоција Новог Сада унапредила. Препоруке су базиране на недостацима идентификованим у анализи тренутних маркетинг активности града, а креиране по угледу на дестинације узоре и примере добре праксе у домену градских туристичких дестинација. Поред тога, евидентно је да Нови Сад нема дефинисан јасан бренд ни таргетиране маркетинг активности усмерене према кључним циљним сегментима.

Такође, предложене активности су својом концептуалном формом усклађен са Стратегијским маркетинг планом туризма РС 2019- 2025. године.

Унапређење бренда и сарадње између субјеката туризма подразумева следеће важне активности које треба предузети у наредном периоду, а које су груписане према следећем:

1. Подржавајуће активности
2. Маркетинг инфраструктура
3. Промоција и брендирање

Подржавајуће активности подразумевају предуслов за успешну реализацију Програма развоја и спровођење циљева у трогодишњем периоду. Активности су описане у табели 30, 31 и 32.

Табела 30. Подржавајуће маркетинг активности

ПОДРЖАВАЈУЋЕ АКТИВНОСТИ

Унапређење сарадње ТОБ-а и ТО Нови Сад

Ово подразумева пре свега сарадњу у домену заједничких елемената city break понуде за иностране посетиоце

Унапређење сарадње ТО Нови Сад са ТОС-ом

Ово се пре свега односи на сарадњу у домену веће заступљености Новог Сада као атрактивне city break дестинације у промотивним активностима ТОС-а

Сарадња с туристичком привредом у домену маркетинга

Маркетинг активности морају бити усаглашене и мора постојати консензус који партнер преузима одређене активности у домену промоције. Важно је да, једном кад буде дефинисан туристички бренд града и приоритети у маркетингу, они буду обухваћени и примењени од свих релеватних актера туристичке привреде Града Новог Сада.

Подизање нивоа знања и вештина запослених у ЛТО и туристичкој привреди

Ово се посебно односи на едукацију у домену дестинацијског маркетинга и менаџмента, с посебним акцентом на дигитални маркетинг и креирање и комуницирање бренда.

Табела 31. Маркетиншка инфраструктура

МАРКЕТИНШКА ИНФРАСТРУКТУРА

Унапређивање интернет наступа, са аспекта добро организованих кампања на друштвеним мрежама и путем Google у Youtube огласа, усмерених ка дефинисаним циљним сегментима

Креирање интернет капања на друштвеној мрежи TikTok уз планирани наступ оглашавања

SEO оптимизација веб сајта novisad.travel

Табела 32. Промоција и брендирање

ПРОМОЦИЈА И БРЕНДИРАЊЕ

Дефинисање и комуницирање јединственог бренд идентитета дестинације

Ово подразумева дефинисање јединственог бренда и вредности дестинације, визуала, слогана и сличних елемената, унифицирање њихове комуникације на нивоу свих кључних актера на дестинацији и договорена комуникација на нивоу платформе сарадње са приватним сектором.

Организовање студијских посета за иностране организаторе путовања у циљу промоције Новог Сада као дестинације кратких градских одмора

Ова активност подразумева континуирану сарадњу са ТОС-ом.

Повећање заступљености дигиталних алата у промоцији дестинације

Креирање стратегије оглашавања на друштвеним мрежама –што подразумева јасно таргетирање циљних група, али и већи акценат на промоцији саме дестинације и појединачних туристичких производа уз пажљиво одабран материјал и фотографије.

Користити P2P (Peer-to-peer) платформе које повезују становништво с посетиоцима и катализатор су за иновације и стицање искустава с дестинацијом и њеном понудом. Неке од најпопуларнијих P2P платформи у туризму су: Airbnb, Couchsurfing, Uber...

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Ове активности на подизању конкурентности туристичке дестинације Нови Сад детаљније су описане у наставку:

А. Унапређење интернет странице, друштвених мрежа и дигиталних канала Туристичке организације Града Новог Сада

Резултат	
Оптимизовати и унапредити сајт novisad.travel како би се садржаји са овог сајта боље рангирани у резултатима Google претраге и како би сам садржај сајта и друштвеним мрежа превазишао очекивања посетилаца.	
Стратегије	
- Оптимизација веб странице; - Стратегија наступа на друштвеним мрежама са нагласком на креирање кампање на TikTok-у; - Кампање оглашавања путем Google и YouTube огласа.	
Кључне активности:	
- Одабрати примарну верзију сајта -- ћирилица или латиница која ће се рангирати у резултатима. - Средити лоше редирекције са http:// путање; - Средити први приказ екрана на мобилној верзији; - Дефинисати Meta description тагове за сваку страницу; - Направити стратегију садржаја и прилагодити садржај страница у складу са тим; - Унапредити садржај на појединим страницама; - Побољшати брзину учитавања сајта; - Уклонити малициозне баклинкове.	
Одговорни	
Туристичка организација Града Новог Сада	
Време имплементације	
2023-2024.	

Б. Дефинисање и развој туристичког бренда Града Новог Сада

Резултат	
Креирање јасног бренд идентитета Града Новог Сада као туристичке дестинације кроз пратећу комуникацију бренда и слање порука на кључним дефинисаним тржиштима.	
Стратегије	
- Јасно дефинисање бренда Града Новог Сада кроз бренд вредности, јединствене туристичке производе и јединствену продајну понуду туристичке дестинације; - Развој националног партнерства у комуницирању бренда, укључујући ТОС, РТО (посебно ТО Војводине) и друге ЛТО и приватни сектор; - Израда Бренд плана Града Новог Сада.	
Кључне активности:	

- Истражити суштину бренда Новог Сада и дефинисати шта је њена јединствена продајна и јединствена емоционална понуда; - Креирати кампању промовисања бренда Новог Сада ослањајући се на неколико кључних предлога и водећих искустава; - Континуирано брендирање са истим визуалима и обележјима; - Инситирати на партнерској кампањи са приватним сектором и ТОС-ом; - Успоставити партнерске кампање са организаторима путовања и туристичким агенцијама на тржишту, које носе исте поруке и јачају бренд; - Подржати кампању путем ПР-а, блогера и инфлуенсера.	
Одговорни	
Туристичка организација Града Новог Сада	
Време имплементације	Ниво приоритета:
2023-2024.	Висок

В. Сарадња са медијима, ПР, блогерима и инфлуенсерима

Резултат	
Ширин домет бренда Града Новог Сада и позитивна слика дестинације на свим приоритетним тржиштима.	
Стратегије	
- Изградити наратив у медијима на основу јасно дефинисаног бренда и туристичког производа Новог Сада; - Радити преко медијских канала, блогера и инфлуенсера који су постигли висок одзив своје циљне групе и високу релевантност за циљну групу Новог Сада; - Ангажовање и промовисање познатих личности у промоцији града.	
Кључне активности:	
- Израдити годишњи ПР план у сарадњи са ТОС-ом и туристичком привредом, а посебно кључним актерима развоја туризма града; - Идентификовати главне објаве за новине као што су догађаји, теме, нови производи и искуства итд.; - Изабрати релевантне инфлуенсере и познате личност који ће подржати бренд кампању Новог Сада; - Радити са ТОС-ом на годишњем програму студијских посета.	
Одговорни	
Водећа: Туристичка организација Града Новог Сада	
Време	Ниво приоритета:
2023-2025.	Средњи

Д. Ко-маркетинг са ТОС-ом и ТОБ-ом

Резултат	
Заједничке маркетинг активности са ТОС-ом и ТОБ-ом које ће унапредити позицију Новог Сада као дестинације кратких одмора на иностраном тржишту.	
Стратегије	
- Идентификовати маркетинг активности ТОС-а у које би се могле инкорпорирати маркетинг активности Новог Сада као дестинације кратких градских одмора; - Побољшати сарадњу ТОБ-а и ТОНС-а у циљу заједнице промоције дестинација кратких градских одмора; - Креирати заједничке кампање у циљу обједињене посете Београда и Новог Сада од стране иностраних туриста.	
Кључне активности:	
- Сарадња са ТОС-ом у домену укључивања Новог Сада у дигиталним медијима ТОС-а; - Заједничке кампање ТОНС-а и ТОБ-а у домену кратких градских одмора; - Сарадња у домену маркетинга инфлуенсера и студијских путовања.	
Одговорни	
Водећа: Туристичка организација Града Новог Сада	
Време	
2023-2025.	

10. МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ

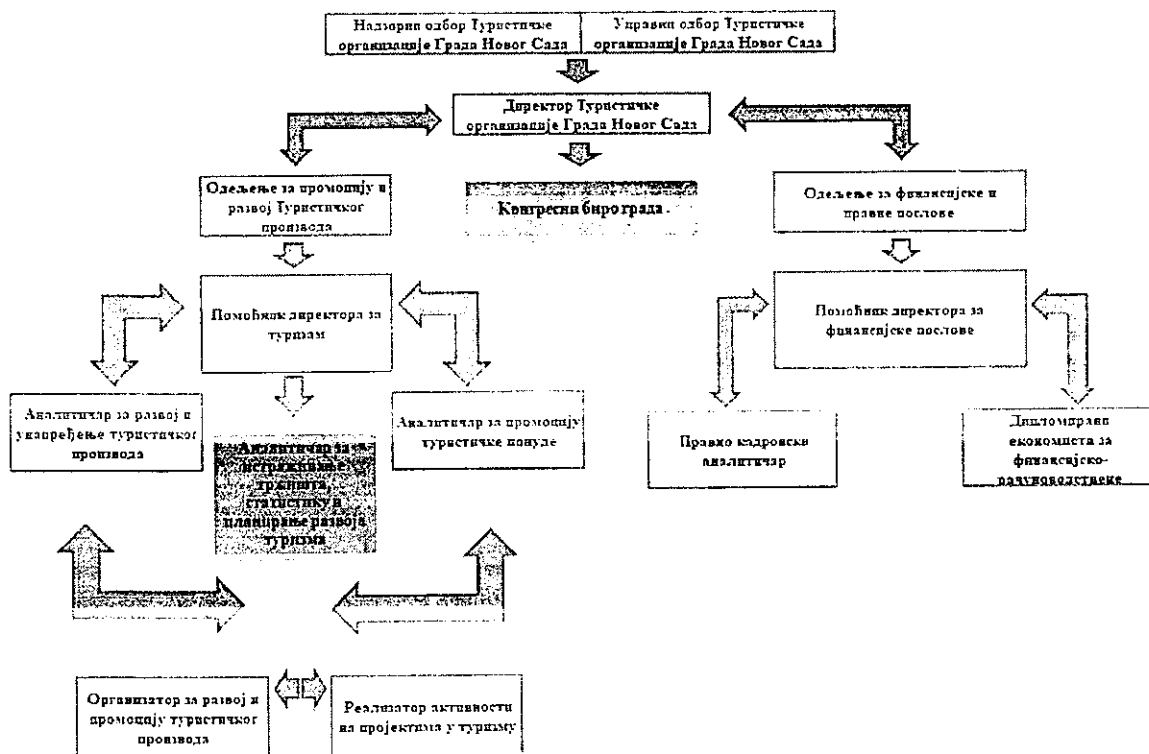
Као што је претходно поменуто, кључни субјект који управља развојем туризма Града Новог Сада је Туристичка организација Града Новог Сада. Тренутни модел управљања туризмом града показао се као успешан, те је предлог овог документа да се постојећи модел уз одређене модификације и задржи.

У поглављу 5.5 (Анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства) детаљно је описана организациона структура и кадровски потенцијали Туристичке организације Града Новог Сада.

Анализом је уочено да не постоји довољно људских ресурса који би се бавио развојем приоритетног туристичког производа – MICE. Како би се овај производ даље развијао потребно је да се, по угледу на развијене градске туристичке дестинације, оформи конгресни биро који ће се бавити развојем овог туристичког производа. У оквиру конгресног бироа, потребно је запослити најмање једну особу који ће радити искључиво на пословнима развоја и промоције MICE туризма.

С друге стране, с обзиром да истраживања посетилаца и анализе статистичких података за туризам Новог Сада тренутно ради екстерно ангажована компанија, предлог овог документа је да се оформи одељење које ће се бавити аналитиком, статистиком, анализом и планирањем. То подразумева ангажовање једне или две особе, које ће се бавити истраживањима, анализом статистичких података као и пројекцијама и планирањем развоја туризма града.

Предлог модификације организационе шеме ТОНС-адат је на шеми 4.



Шема 4. Предлог модификације организационе структуре Туристичке организације Града Новог Сада (измене означене тамно плавом бојом)

Поред ТОНС-а, на нивоу локалне самоуправе послују различити субјекти (кључни актери) од значаја за развој туризма града. То се односи на велики број организација, институција и других актера јавног и приватног сектора од значаја за развој туристичке делатности. У наредном тексту ће бити поменути најзначајнији кључни актери, с нагласком на најактивније у развоју туризма.

Табела 33. Опис кључних актера

Назив	Кратакопис
Градска Управа за привреду	Надлежност обухвата: привреду, пољопривреду, туризам, запошљавање. У оквиру туризма обавља следеће послове: прикупљање и обрада података за израду планова, програма и пројеката развоја туризма; предузимање мера и учествовање у активностима које су у функцији сталног унапређења садржаја туристичке понуде и побољшања квалитета туристичких услуга; прописивање програма полагања и начина полагања стручног испита за туристичке водиче града; вођење евиденције туристичких водича града; одређивање облика и садржине легитимације и ознаке туристичких водича града; вршење надзора на организацијом у области туризма чији је оснивач Град; предлагање висине боравишне таксе, као и коришћење буџетских средстава прикупљених од боравишне таксе; праћење спровођења програма рада Туристичке организације Града Новог Сада; Категоризација сеоског туристичког домаћинства и објеката у домаћој радиности (кућа, апартман и соба).
Туристичка организација Града Новог Сада	Као носилац туристичке привреде Града и најрелевантнији субјект у овој области привреде у складу са визионарским идејама, развојно-стратешким подухватима и информативно-пропагандном делатношћу има циљ да туристичке ресурсе града представи на најбољи могући начин потенцијалним посетиоцима. Мисија и визија односе се на културни, забавни, манифестациони и конгресни туризам, у циљу пропагирања града као дестинације са изузетним историјским, традиционалним, забавним, пословним, излетничко-рекреативним потенцијалом.
Покрајински секретаријат за привреду и туризам	У складу са законом и Статутом Аутономне Покрајине Војводине, обавља послове покрајинске управе у области туризма, угоститељства, бања и леčiliшта, сајмова и других привредних манифестација, а који се односе на припремање аката за Скупштину којима се уређује и обезбеђује равномерни регионални развој и др.
Регионална туристичка организација – Туристичка организација Војводине (ТОВ)	Основне активности су: доношење годишњих планова и програма промотивних активности; координација активности туристичких субјеката; прикупљање свих врсти информација ради обавештавања јавности; обезбеђивање информативно пропагандног материјала; представљање на сајмовима и др.
Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Депатман за географију, туризам и хотелијерство	Основна делатност департмана је наставно-образовна, научна и издавачка. Наставно-образовни процес се одвија кроз основне, мастер, специјалистичке и докторске студије. Департман се одликује квалитетном наставом, компетентношћу и еминентношћу професора и сарадника.
Фондација „Нови Сад – Европска престоница културе“	Нови Сад је међу првим градовима ван Европске Уније, који је проглашен за Европску престоницу културе у 2021. години, те је постао један од 60 градова који су понели ову титулу. Негујући богатство различитости и интеркултуралност, главна идеја програмског наратива „За нове мостове“ имао је за циљ да се Новом Саду оставе чврсти легати који унапређују културни живот града са новим програмима, новим процесима, ангажовањем људи (грађана, културним институцијама, удружењима, организацијама, уметницима) и новим просторима за културу. Обзиром да је 2020. годину обележила глобална пандемија, са визијом пројекта „Почетак новог. Сада!“, донета је одлука Европске комисије о померању године титуле за 2022. годину. Церемонија отварања одржана је 13. јануара 2022. године, у оквиру „Дочека“, једног од најважнијих и легатских пројеката.

Омладински савез удружења „OPENS“	Задатак је да заједно са својим партнерима кроз низ активности јача капаците младих људи. Нови Сад је титулу Омладинске престонице Европе добио на основу програма који је током три године обухватио преко пола милиона младих људи у читавој Европи. ОПЕНС програм осмишљен је тако да млади буду ти који се питају, иницијатори позитивних промена и пионери креативне индустрије. Одговарањем на потребе младих унапређује се квалитет њиховог живота и учешћа у друштвено-политичким процесима.
Фондација „EXIT“	EXIT фондација је део тима EXIT фестивала који се бави друштвеним активизмом. EXIT је музички фестивал који је настао као последица друштвеног активизма младих. Користећи снагу брэнда EXIT, мисија EXIT фондације је да позиционира себе као лидера у мобилисању јавног мњења и доносиоца одлука у области развоја младих и промоције мира, креативних индустрија, заштите животне средине и брэндирања дестинација.
Музеји и галерије	Важне културне институције које се налазе у граду: Музеј Војводине; Музеј Града Новог Сада; Музеј присаједињења 1918; Музеј савремене уметности Војводине; Галерија Матице српске; Галерија ликовне уметности Поклон-збирка Рајка Мамузића; Спомен-збирка Павла Бељанског и многе друге.
Туристичке агенције	У Новом Саду има емитивних, али и рецептивних туристичких агенција које су веома важне за туристички сектор града.
Хотелијери	Нови Сад је имао на крају 2022. године укупно 28 хотела свих категорија, који задовољавају различите захтеве туриста. Највећи број хотела смештен је у самом центру града, док се остали налазе у непосредној близини центра са којим су добро повезани. Поред богате хотелске понуде, Нови Сад се може похвалити и другим видовима смештајних објеката као што су бројни хостели, аутентични салаши и остали смештај у домаћој радиности и сеоском туристичком домаћинству.
Ресторатери	Бројни ресторани, барови и кафеи представљају значајну туристичку понуду града. Нови Сад је познат и по околним салашима у којима је могуће пробати локалну храну карактеристичну за овај део Србије.
Организатори манифестација	Организатори манифестација су углавном представници цивилног друштва. Карактер манифестација огледа се у различитости националних, верских, тј. општих друштвених прилика у граду – гастрономија, музика, рукотворине, култура, дечије песме и игра, иновативне технологије и друго.

11. АКЦИОНИ ПЛАН

Акциони план имплементације Програма развоја туризма Града Новог Сада за период од 2023. до 2025. године темељи се на потребама за даљи развој дестинације у области туризма на основу тренутних околности и закључака који произилазе из анализе стања, визије развоја дестинације, циљева и приоритета и активности планираних по годинама трајања плана.

Спровођење Акционог плана у великој мери ће зависити од средстава која се буду обезбеђивала из буџета града, кроз пројекте у сарадњи са централним нивоом власти али и кроз средства из међународних фондова. С друге стране, одређени део пројеката подразумева сарадњу са учесницима из приватног сектора. Акциони план приказује приоритете и активности које треба реализовати, одговорна тела, временске рокове и изворе финансирања.

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

Табела 34. Акциони план имплементације Програма развоја туризма Града Новог Сада за период од 2023. до 2025. године

Општи циљ Подизање конкурентности Новог Сада као градске туристичке дестинације						
Посебан циљ Унапређење квалитета туристичке понуде Града Новог Сада						
Појединачни циљ	Мера	Активност/Пројекат	Одговорне институције	Време реализације/ крајњи рок	Индикатор	Извори финансирања
1. Унапређење опште и туристичке инфраструктуре	1.1. Унапређење пешачке и бициклистичке инфраструктуре	Изградња пешачко-бициклистичког моста преко Дунава	Градска управа	До 2025. године	Изграђен пешачко-бициклистички мост	Буџет Града Новог Сада
		Изградња бициклистичке стазе Нови Сад-Руменка мимо одвајања моторизованог саобраћаја	Градска управа	До 2025. године	Изграђена бициклистичка стаза	Буџет Града Новог Сада
		Изградња бициклистичке стазе Нови Сад-Бегеч од Улице Симе Матавуља (НС) до Дунавске улице (Футог)	Градска управа	До 2025. године	Изграђена бициклистичка стаза	Буџет Града Новог Сада
	1.2. Унапређење јавног саобраћаја	Набавка електричних аутобуса и инфраструктура за пуњење аутобуса	Градска управа	До 2025. године	Набављено мин. 10 електричних аутобуса и пратеће инфраструктуре за пуњење	Буџет Града Новог Сада

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

	1.3. Унапређење осветљености јавних површина	Изградња декоративног осветљења од јавног значаја на територији Града Новог Сада	Градска управа	До 2025. године	Постављено декоративног осветљење на дефинисаним локацијама	Буџет Града Новог Сада
	1.4. Унапређење инфраструктуре за спортски туризам	Изградња атлетске дворана и стадионом са инфраструктуром	Градска управа	До 2025. године	Изграђена атлетска дворана и стадион	Буџет Града Новог Сада
		Изградња спортских комплекса у Футогу	Градска управа	До 2025. године	Изграђени спортски комплекси	Буџет Града Новог Сада
	1.5. Изградња и унапређење туристичких атракција	Израда пројектне документације и изградња ботаничке баште	Градска управа	До 2025. године	Изграђена ботаничка башта	Буџет Града Новог Сада
		Обнова објекта Петроварадинске тврђаве са Подграђем	Градска управа	До 2025. године	Успешно извршена обнова објекта Петроварадинске тврђаве са Подграђем	Буџет Града Новог Сада
2. Успостављање система туристичког зонирања	2.1. Дефинисање туристичких зона са садржајима	Правна операционализација смерница за уређење тематских зона;	Градска управа	До 2025. године	Усвојен правилник за уређење тематских зона	Буџет Града Новог Сада
		Израда техничке документације и уређење простора тематских зона дефинисаних Планом	Градска управа	До 2025. године	Урађена техничка документација и уређен простор за тематске зоне	Буџет Града Новог Сада
3. Развој туристичких производа у дестинацији и	3.1. Унапређење гастро-енолошке понуде дестинације	Дефинисање јединствене продајне понуде у делу који се односи на јединствену	Градска управа, ТО Нови Сад	2023. године	Дефинисан и понуђен јединствен гастрономски	Буџет Града Новог Сада

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

пратеће инфраструктуре		гастрономску понуду и традиционалне производе дестинације;			производ дестинације	
		Повезивање са околним винаријама на Фрушкој гори и креирање додатне вредности у делу понуде;	Градска управа	Започето 2022. години наставак у 2023. години	Укључити бар 5 нових винарија у понуду	Буџет Града Новог Сада
	3.2. Унапређење конгресног туризма	Развој конгресног бироа Новог Сада у оквиру ТОНС-а	ТО Нови Сад	2023-2025. године	Основан конгресни биро града Новог Сада	Буџет Града Новог Сада
	3.3. Унапређење туризма специјалних интереса	Интензивирање развоја туризма специјалних интереса – пешачење, бициклизам уз развој пратеће инфраструктуре;	ТО Нови Сад	2023-2025. године	Понуда активности бициклизма и пешачења као део туристичке понуде града и околине	Буџет Града Новог Сада
	3.4. Унапређење искуства и доживљаја у културном туризму	Развој нових туристичких производа заснованих на културно-историјском наслеђу	ТО Нови Сад	2023-2025. године		Буџет Града Новог Сада
		Унапређење интерпретације наслеђа применом савремених технологија	ТО Нови Сад	2023-2025. године		
4. Подршка развоју предузетништва	4.1. Креирање програма подршке младим предузетницима у развоју и	Доношење одлуке о расписивању позива за субвенције за покретање бизниса који доприноси	Градска управа	континуирано	Додељене субвенције за подршку младим предузетницима	Буџет Града Новог Сада

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

	пласирању туристичке понуде Града	развоју туристичке понуде				
Посебан циљ Унапређење видљивости и позиције дестинације на тржишту						
Појединачни циљ	Мера	Активност/Пројекат	Одговорне институције	Време реализације/ крајњи рок	Индикатор	Извори финансирања
5. Унапређење маркетинг активности дестинације	5.1. Упознавање запослених у туризму са примерима добре праксе развоја туризма у региону	Организовање студијских путовања за представнике јавног и приватног сектора	ТО Нови Сад и Градска управа	2023–2025. године	Организовано једно студијско путовање годишње	Буџет Града Новог Сада
	5.2. Повећање сарадње ТО Новог Сада у домену маркетинга са туристичком привредом, ТОС-ом, ТОБ-ом, инфлуенсерима, блогерима, медијима	Креирање заједничких маркетинг иницијатива	ТО Нови Сад	2023–2025. године	Уговори о сарадњи (о заједничким маркетинг активностима)	Буџет Града Новог Сада
6. Дефинисање и унапређење бренда туристичке дестинације	6.1. Дефинисање јасног имица и бренда дестинације	Израда бренд плана Града Новог Сада	ТО Нови Сад	2024. године	Израђен бренд плана града	Буџет Града Новог Сада
Посебан циљ Подизање капацитета људских ресурса у туризму						
Појединачни циљ	Мера	Активност/ројекат	Одговорне институције	Време реализације/ крајњи рок	Индикатор	Извори финансирања
7. Унапређење вештина и знања запослених у туризму	7.1. Спровођење едукација за подизање капацитета представника	Истраживање потреба за развојем вештина и едукацијом	Градска управа	континуирано	Дефинисане тематске области едукација у складу са истраженим	Буџет Града Новог Сада

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године

	туристичке привреде				потребама	
		Креирање и континуирано спровођење едукација базираних на актуелним потребама (писање пројеката, маркетинг, брендирање, развој производа)	Градска управа	континуирано	Спроведене едукације	Буџет Града Новог Сада
8. Унапређење система едукација људских ресурса у туризму	8.1. Успостављање система неформалног образовања кадрова у индустрији туризма кроз сарадњу факултета, јавног и приватног сектора;	Потписивање уговора о сарадњи између јавног и приватног сектора о спровођењу едукација и развоју вештина	Градска управа, туристичка привреда	2023–2025. године	Уговори о сарадњи са привредом	Буџет Града Новог Сада

12. ЗАКЉУЧНО РАЗМАТРАЊЕ

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023-2025. године припремљен је као оперативни документ који треба да послужи доносиоцима одлука да у сарадњи са актерима из јавног и приватног сектора креирају даљу политику развоја туризма Града Новог Сада, што ће довести до унапређења дестинације у социјалном, економском и одрживом смислу.

Нови Сад су определили бројни чиниоци: добар положај на раскрсници важних европских путева, спој различитих природних вредности, разнолике географске целине, плодна бачка равница на левој обали, наспрам обронака Фрушке горе, на десној обали Дунава. Град је мултикултурална престоница Србије са великим бројем националних заједница, чије наслеђе и савремено стваралаштво чине изузетно разноврстан културни живот. Мултикултуралност се огледа у богатству архитектуре и изузетно богатој и разноликој културној понуди. Нови Сад има значајне природне и привредне ресурсе, што га сврстава међу развијеније градове у Србији. Захваљујући повољном географском положају и лоцираности наважним саобраћајним коридорима, Нови Сад је обезбедио значајне компаративне предности.

Да би се стратешки приступило даљем развоју туризма Града Новог Сада, пре свега треба кренути од кључних недостатака. То се односи највише на јасно дефинисање туристичких производа који имају највећи потенцијал за привлачење туриста, а за које Град Нови Сад има адекватне ресурсе и инфраструктуру. Током трајања пројекта Европска престоница културе покренути су и завршени бројни радови на креирању туристичких производа и потребне инфраструктуре, те се у оквиру Програма у Граду Новом Саду предлаже издвајање 6 искуствених тематских зона са својим специфичностима за развој туристичких производа.

Развојни циљеви Града Новог Сада као туристичке дестинације до 2025. године сагледани су кроз квантитативне и квалитативне циљеве раста. Према пројекцијама, очекује се да ће до 2025. године број долазака порасти за 15% (277.133 туристичких долазака) док ће се број ноћења повећати за 20% до 2025. године и достићи укупно 682.852 ноћења. Предлог унапређења маркетинга, модела управљања и људских ресурса на дестинацији детаљно су обрађени. Идентификовано је шест приоритета и са њима повезаних 25 активности у светлу унапређења развоја туризма на територији Новог Сада.

План имплементације и операционализације циљева објашњен је детаљно кроз Акциони план, где се могу сагледати оперативни циљеви, мере, активности и рокови имплементације за сваки дефинисани циљ развоја туризма.

13. ПОПИС ТАБЕЛА, ШЕМА, ГРАФИКОНА И СКРАЋЕНИЦА

Листа табела

Табела 1. Преглед планске и стратешке документације

Табела 2. Културне и историјске туристичке атракције

Табела 3. Природне туристичке атракције

Табела 4. Обим и динамика запослених и зарада у Новом Саду од 2017-2021. године

Табела 5. Обим запослених по најчешћим делатностима у Новом Саду од 2017-2021. године

Табела 6. Обим и динамика инвестиција у основна средства за поједине делатности у Новом Саду од 2017-2021. године (у хиљадама динара)

Табела 7. Основни подаци о сектору туризма и угоститељства у Новом Саду од 2017-2021. године

Табела 8. Пословни приход према делатностима у сектору туризма и угоститељства у Новом Саду за 2020. годину (хиљада РСД)

Табела 9. Обим и структура долазака туриста за Нови Сад за период 2017-2022. године

Табела 10. Обим и структура ноћења туриста за Нови Сад за период 2017-2022. године

Табела 11. Просечна дужина боравка у Новом Саду за период 2017-2022. године

Табела 12. Остварен приход од боравишне таксе за период 2017-2022. године

Табела 13. Кратак опис туристичких производа

Табела 14. Кључни туристички производи

Табела 15. Опис и анализа искуствених зона

Табела 16. Туристичко-угоститељски објекти за смештај у Новом Саду у 2022. години

Табела 17. Туристичко-угоститељски објекти према врсти и учешћу за Нови Сад у 2022. години

Табела 18. Туристичко-угоститељски објекти према врсти и учешћу у домаћој радиности за Нови Сад у 2022. години

Табела 19. Нскеггорисани туристичко-угоститељски објекти за Нови Сад у 2022. години

Табела 20. Позиције и број запослених у Туристичкој организацији Града Новог Сада

Табела 21. SWOT анализа

Табела 22. Топ 10 земаља из којих туристи долазе према подацима о посети инфо центра (2019. и 2022. година)

Табела 23. Кључни тржишни сегменти Новог Сада

Табела 24. Пројекције раста броја долазака страних и домаћих туриста до 2025. године

Табела 25. Пројекције раста броја ноћења страних и домаћих туриста до 2025. године

Табела 26. Плански контекст

Табела 27. Главна упоришта

Табела 28. Део Плана јавних инвестиција Града Новог Сада од 2022-2024. године

Табела 29. Активности у оквиру плана развоја људских ресурса

Табела 30. Подржавајуће маркетинг активности

Табела 31. Маркетиншка инфраструктура

Табела 32. Промоција и брендирање

Табела 33. Опис кључних актера

Табела 34. Акциони план имплементације Програма развоја туризма Града Новог Сада за период од 2023. до 2025. године

Листа шема

Шема 1. Туристичка тржишта Града Новог Сада

Шема 2. Циљне групе – тржишни сегменти Новог Сада

Шема 3. Основне области едукације људских ресурса

Шема 4. Предлог модификације организационе структуре Туристичке организације Града Новог Сада

(измене означене тамно плавом бојом)

Листа графикана

Графикон 1. Социо-демографске карактеристике туриста

Графикон 2. Земље из којих туристи долазе

Графикон 3. Врсте смештаја

Графикон 4. Просечна потрошња и остали трошкови

Графикон 5. Излетници и туристи

Графикон 6. Посећивање туристичких атракција од стране туриста

Графикон 7. Прва асоцијација на Нови Сад

Графикон 8. Начин резервације смештаја

Графикон 9. Извори информисања о Новом Саду као туристичкој дестинацији

Графикон 10. Посећеност туристичких знаменитости од стране туриста

Листа скраћеница

АП – Аутономна покрајина

АПВ – Аутономна покрајина Војводина

БИХ – Босна и Херцеговина

бр. – Број

БДП-Бруто домаћи производ

ГУП – Градска управа за привреду

ГУ – Градска управа

ГНС- Град Нови Сад

ЕПК – Европска престоница културе

ЗЗСКГНС - Завод за заштиту споменика културе Града Новог Сада

ИБА – енг. Important Bird Areas - Међународно значајна подручја за птице

итд. – И тако даље

и сл. – и слично

ЈПП – Јавно приватно партнерство

ЈКП – Јавно комунално предузеће

КС – Културна станица

ЛТО - Туристичка организација локалне самоуправе

МУЗП - Међународна унија за заштиту природе

НОБ - Народноослободилачка борба
НБС – Народна Банка Србије
НП – Национални парк
НСЗ – Национална служба за запошљавање
НС – Нови Сад
ОПЕНС – Омладински савез удружења „Нови Сад омладинска престоница Европе“
ОПК – Омладинска престоница културе
ППППН - Просторни план подручја посебне намене
ПР – енг. public relations – Односи са јавношћу
РС – Република Србија
РТО – Регионална туристичка организација
Сл. – Службени
САД – Сједињене Америчке Државе
СРП – Специјални резерват природе
СП – Споменик природе
стр. - Страна
ТО – Туристичка организација
ТОС – Туристичка организација Србије
ТОВ – Туристичка организација Војводине
ТОНС – Туристичка организација Града Новог Сада
ТОБ – Туристичка организација Београда
тј. – То јест
Тзв. – Такозвани
УСП – енг. Unique selling point - Јединствена продајна понуда
УНС – Универзитет у Новом Саду
DINKS - енг. dual income no kids - Двоструки приход, без деце
F2F – енг. Face to Face - Лицем у лице
ICCA – енг. International Congress and Convention Association - Међународна конгресна асоцијација
MICE - енг. Meetings, incentives, conferences and exhibitions- Састанци, подстицајна путовања, конференције и догађаји
SWOT - енг. Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats – Снаге, Слабости, Шансе и Претње
UNESCO – енг. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - Организација Уједињених нација за образовање, науку и културу

14. КОРИШЋЕНА ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА

Агенција за привредне регистре

Градска управа за културу Града Новог Сада, 2020.

Градска управа за здравство Града Новог Сада, 2020.

Градска управа за грађевинско земљиште и инвестиције Града Новог Сада, 2020.

Градска управа за заштиту животне средине Града Новог Сада, 2020.

Градска управа за саобраћај и путеве Града Новог Сада, 2020.

Допис Градске управе за грађевинско земљиште и инвестиције број XXIV-351-2/22-836 од 20.10.2022. године сви износи дати за наведене пројекте рађени су на дан 25.08.2022. године

Завод за заштиту споменика културе Града Новог Сада, Елаборат број 263/8-2005.

Канцеларија за локално економски развој Града Новог Сада, Пројекат: „Данубе банк ревивал“, 2009.

Завод за заштиту споменика културе Града Новог Сада, Непокретна културна добра, 2020.

Истраживање посетилаца, Туристичка организација Града Новог Сада, октобар 2022.

ЈКП Паркинг сервис, Нови Сад, 2020.

ЈКП Чистоћа, Нови Сад, 2020.

ЈП Градско зеленило, Нови Сад, 2020.

ЈКП Водовод и канализација, Нови Сад, 2021.

ЈКП Новосадска топлана, Нови Сад, 2021.

Министарство финансија, Управа за трезор

Правилник о начину уношења, рада, вођења и коришћења централног информативног система и његове садржине и врсте података, Службени гласник РС, број 87/20.

План јавних инвестиција Града Новог Сада за период од 2022. до 2024. годину бр. II-020-4/2021-75/б од 10.12.2021. године и II-020-4/2022-35/б од 17.06.2022. године

Републички завод за статистику, Саопштење УТ-10

Републички завод за статистику, Општине и региони у Републици Србији, 2022, 2021, 2020, 2019, 2018.

Службени лист Града Новог Сада, број 36/06.

Службени гласник РС, број 17/19.

Службени гласник РС, бр. 42/06, 119/07, 84/08, 71/09, 85/09, 24/10, 6/12 и 37/12.

Службени гласник РС, број 51/19, Београд

Туристичка организација Града Новог Сада

http://popis2011.stat.rs/?page_id=2162

http://www.hidmet.gov.rs/ciril/meteorologija/klimatologija_srednjaci.php

<https://novisad.travel/>

<http://msuv.org/o-nama/>

<http://www.novisad.rs/spomenik-ovanu-ovanovi-u-zma-u>

http://www.nbs.rs/internet/latinica/80/platni_bilans.html

<https://www.graztourismus.at/en>

<https://www.visitljubljana.com/en/>

<https://www.infozagreb.hr/>

eTurista/2022

15. ПРИЛОГ 1 - ИСТРАЖИВАЊЕ ПОСЕТИЛАЦА ГРАДА НОВОГ САДА

Туристичка организација Града Новог Сада континуирано спроводи истраживања иностраних и домаћих туриста који посећују Нови Сад. Истраживањем тржишта обухваћени су и туристи (они који остварују ноћење на територији Новог Сада), као и излетници који се у граду задржавају мање од 24h.

Истраживање обухвата основне карактеристике посетилаца, које помажу у обликовању њихових профила и разумевања њиховог туристичког понашања: процеса доношења одлуке, начина информисања о дестинацији, мотивацији, начину резервације смештаја и осталих услуга, атракцијама које посећују и структури потрошње.

Ради креирања шире слике о карактеристикама туристичког тржишта Новог Сада, биће приказани основни резултати истраживања спроведеног у октобру 2022. године.

Методологија

Упитник је формулисан на основу захтева Туристичке организације Града Новог Сада, уз финално одобрење свих питања од стране организације. Анкетирање је вршено “лицем у лице” (Face to Face (F2F)) на улици, уз спонтано препознавање странаца и случајност избора испитаника. Укупан узорак: 450 туриста (225 домаћих и 225 страних туриста)

- Прва етапа: на основу квота према статистици туриста из 2020. и 2021. године у односу на порекло туриста (земљу из које долазе);
- Друга етапа: спонтано препознавање домаћих и страних туриста и случајност избора испитаника.

Истраживање је вршено на неколико градских локација: централна зона, тврђава, железничка станица, парк, аутобуска станица (на месту смештаја) и Штрاند. Анкетирање је обављено у више различитих термина, на почетку, средином и крајем месеца.

Демографска структура туриста

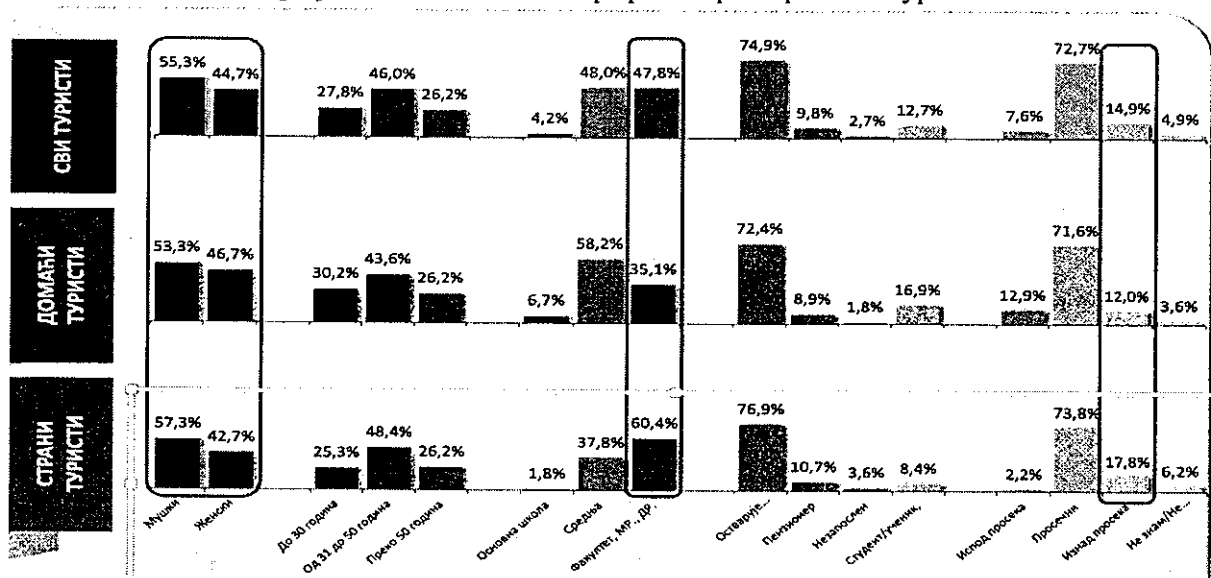
У истраживању је учествовало укупно 450 туриста. Структура по полу је уравнотежена. Највише домаћих туриста је у старосној доби од 31 до 50 година, њих 43,6%. Код страних туриста такође су најзаступљенији туристи старости од 31 до 50 година, у 48,4% испитаних.

Образовна структура показује да је код домаћих туриста највише оних који су завршили средњу школу, 58,2%, а да су код страних туриста најзаступљенији високо образовани,

60,4%. Очекивано је да је у смислу социјално радног статуса код обе групе најзаступљенија категорија „остварује приходе на основу рада“, односно у овој категорији је 76,9% страних и 72,4% домаћих туриста.

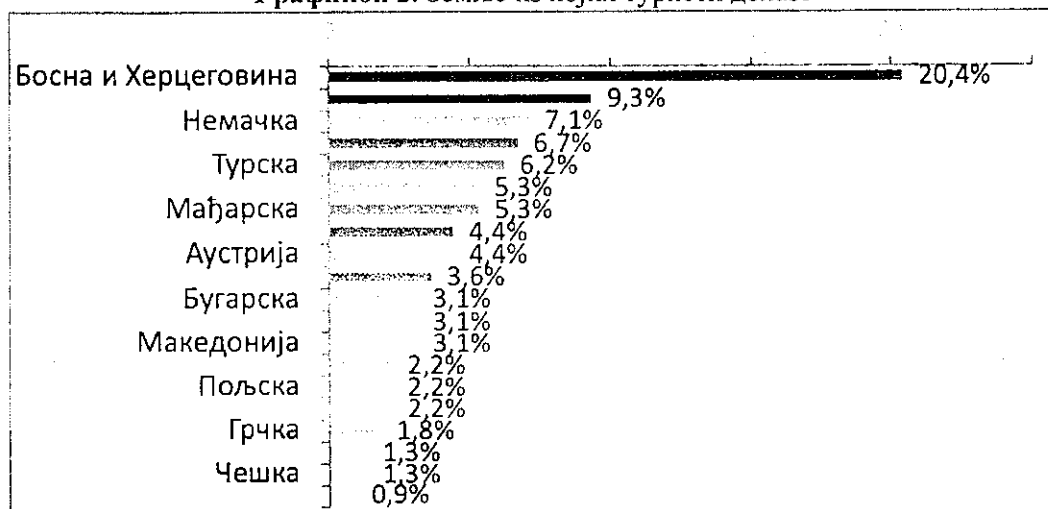
Код обе групе доминирају просечни приходи, код страних, 73,8%, и нешто мање код домаћих 71,6%. Треба нагласити да је у обе категорије туриста значајно присуство студената и ученика: међу страним туристима у 8,4% случајева, а међу домаћих у петини случајева, 16,9%.

Графикон 1. Социо-демографске карактеристике туриста



Кад је реч о страним туристима, из резултата истраживања може се видети да је у октобру 2022. године највећи број туриста из страних земаља био из БиХ, 20,4%, следе они из Хрватске 9,3% њих, Немачке, 7,1%, те Русије, 6,7%, Турске 6,2% и Црне Горе 5,3%.

Графикон 2. Земље из којих туристи долазе



Резултати по регионима показују да је највише страних туриста из бивше Југославије, 41,8% након тога су туристи из Источне Европе, 24,9%, следе туристи из Западне Европе, 19,1%, и Азије, одакле долази 11,1% страних туриста, Северна Америка и Аустралија одакле је 1,8% страних туриста. На крају Јужна Америка и Африка са 1,3% туриста. Највише домаћих туриста долази из Београда 32,9%.

На другом месту је Сомбор 5,3%, следи Ниш 4,4%. На четвртном месту је Инђија 4,4% и на крају Тител 4,0% и Зрењанин 3,1%. Највећи број туриста гледано регионално је из Војводине 33,8%, следи Београд, одакле је 32,9% њих, затим, Западна Србија и Шумадија, одакле је 19,1% домаћих туриста, те Јужна и Источна Србија, одакле је 14,2% домаћих туриста.

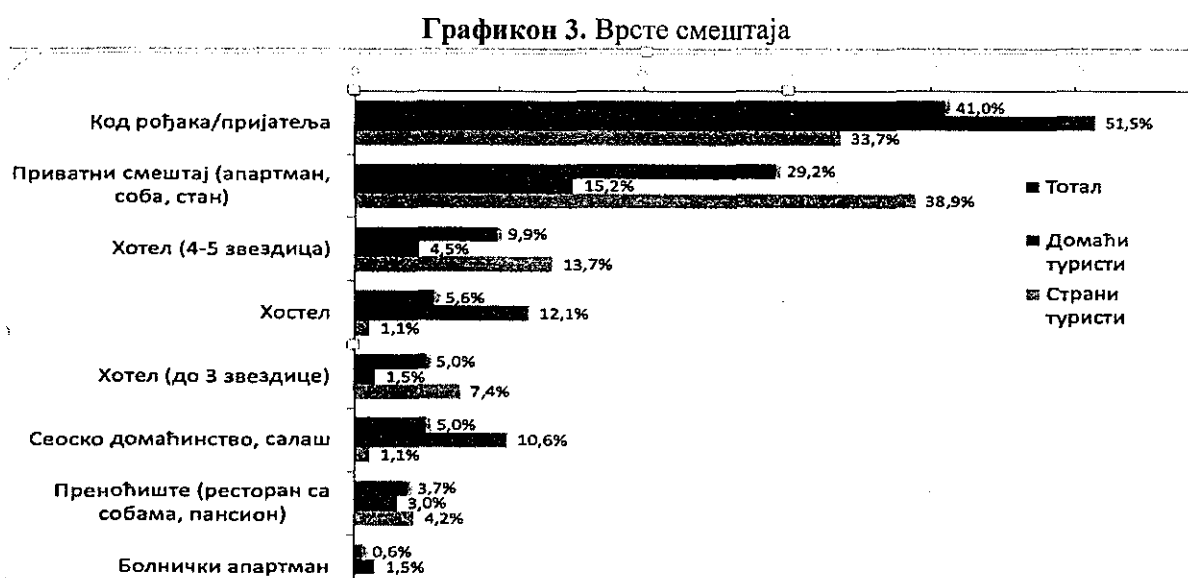
Карактеристике путовања

Велики проценат туриста (78,9%) је у прошлости већ посетио Нови Сад, односно 96,0% домаћих туриста и 61,8% страних туриста.

Укупно 55,1%, домаћих туриста Нови Сад је посетило више од 10 пута, док је 13,8% домаћих туриста посетило Нови Сад између 6 до 10 пута. Код страних туриста највише је оних који су у Новом Саду били два пута пре ове посете (15,1%), на другом месту су они који су 3 пута боравили у Новом Саду (11,6%), а на трећем су они који су Нови Сад посетили једном (10,7%).

Највећи број туриста је у Нови Сад дошао са супругом/партнером (40,7%) или са пријатељима, рођацима (31,6%). Без сапутника у Нови Сад је допутовало 13,8% страних и 36,4% домаћих туриста.

На графикону 3. су приказане врсте смештаја које су испитаници користили приликом боравка у Новом Саду. Ако се издвоје само туристи који су у вишедневној посети Новом Саду, уочава се да је преко трећине туриста смештено код рођака и пријатеља (41,0%), а у објекти домаће радиности 29,2% туриста. Објекти домаће радиности су доминантни код страних туриста, док је код домаћих туриста изразито доминантан смештај код рођака и пријатеља.



Посматрано у целини популације туриста који су ноћили у Новом Саду, конкретно највише коришћен извор информација о избору смештаја су резервациони системи, тј. међу њима *booking.com*, којег је користило 69,7% домаћих и 44,2% страних туриста. Друштвена мрежа која се нешто чешће помиње у контексту скупљања информација о смештају у Новом Саду је *Instagram*, који као извор информација о смештају у Новом Саду наводи 7,6% домаћих туриста и 14,7% страних туриста. Од малобројних који су за избор смештаја користили сајтове, већина (9,3%) наводи *sobe-smestaj.com*.

Потрошња на дестинацији

Већина испитаних, домаћих туриста (43,6%) потрошило је до 10 евра на превоз. Износ од 11-20 евра потрошило је 21,3% туриста, док је највише потрошених средстава за превоз (51-100 евра) имало 14,7% домаћих туриста.

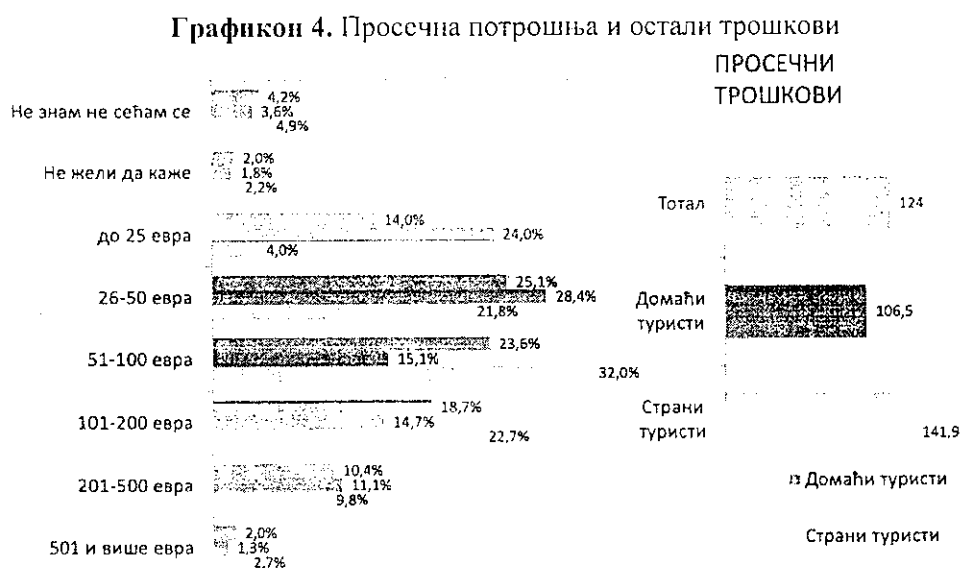
Скоро половина страних туриста 48,0% издвојила је за превоз преко 100 евра, док је 22,2% издвојило је између 51-100 евра.

Просечни износ дат за превоз је укупно 115,6 евра - код домаћих просечно 27,7 евра а код страних 206,7 евра.

Када је реч о просечној укупној потрошњи свих туриста (не укључујући смештај и превоз) она износи 124 евра. Код домаћих је тај износ 106,5 евра, а код страних 141,9 евра.

Цена услуге ноћења највећег броја туриста (30,2%) износи до 25 евра. Није мали број ни оних туриста који су услуге ноћења плаћали од 26-50 евра, односноу овом распону услуге ноћења је платило 10,4% домаћих и 15,6% страних туриста.

Просечна цена ноћења за домаће туристе је 26,9 евро, а за стране туристе 37,7 евра што чини укупан просек од 33,1 евра.



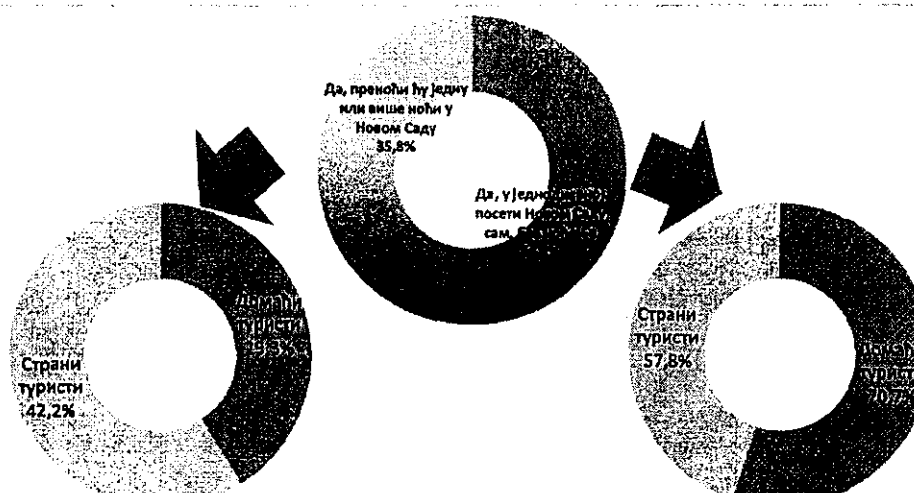
Остали трошкови код домаћих туриста (28,4%) највише се креће у распону од 26 до 50 евра, затим до 25 евра (24%), и 51 до 100 евра (15,1%).

Код страних туриста дистрибуција одговора (код осталих трошкова) је следећа: од 51-100 евра 32,0%, од 101 до 200 евра 22,7% и од 201 до 500 евра 9,8%.

Мотивација за посету

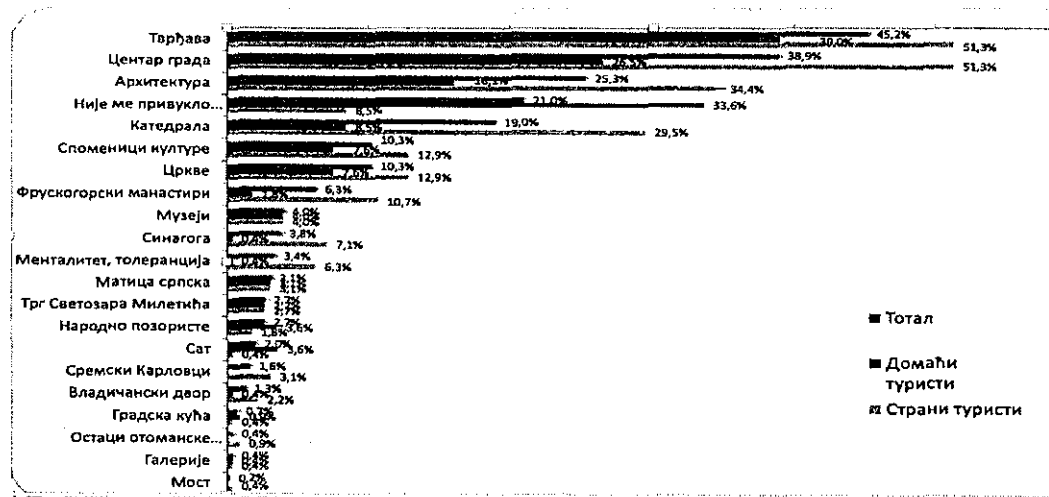
Истраживање показује да највећи број туриста неће преноћити у Новом Саду, чак 64,2%. За ноћење се одлучило 35,8% туриста. Очекивано, страни туристи се више опредељују за ноћења у Новом Саду. Најчешћи разлог су једнодневне посете за више од трећину туриста је обилазак Новог Сада 24,9%.

Графикон 5. Излетници и туристи



Излет до Новог Сада је разлог једнодневне посете код 23,1% страних и 8,2% домаћих туриста. Обилазак Новог Сада је разлог посете за 18,9% домаћих и 32,3% страних туриста. Укупно 17,6% домаћих туриста посетило је Нови Сад због шопинга, док је 28,5% страних туриста у транзиту.

Графикон 6. Посећивање туристичких атракција од стране туриста

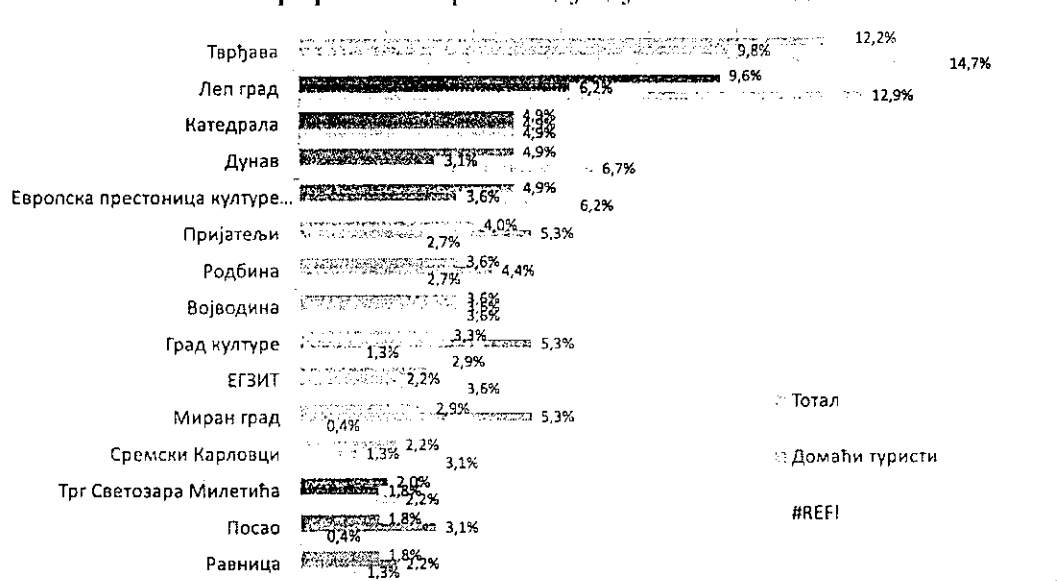


Страни туристи истичу Петроварадинску тврђаву (51,3%), центар града (51,3%), архитектуру (34,4%), и катедралу (29,5%), док су исти мотиви приметни и код домаћих туриста – тврђава (39,0%), центар града (26,5%), архитектура (16,1%) и катедрала 8,5%.

Асоцијације на Нови Сад

Прве асоцијације на Нови Сад, за домаће и стране туристе су: Тврђава 12,2%, Леп град 9,6%, Катедрала 4,9%, Дунав 4,9% и Европска престоница културе 4,9%.

Графикон 7. Прва асоцијација на Нови Сад

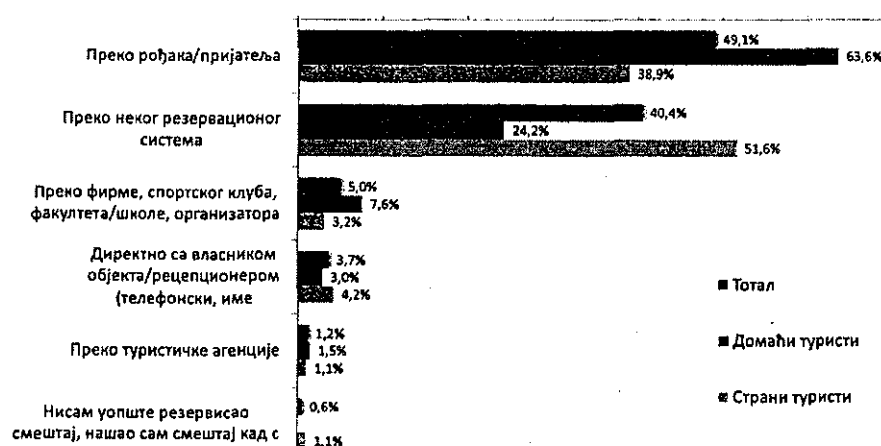


Код страних туриста најзначајније асоцијације на Нови Сад су: Тврђава 14,7%, Леп град 12,9%, Дунав 6,7%, Европска престоница културе 6,2% и Катедрала 4,9%. Код домаћих туриста су: Тврђава - 9,8%, Леп град - 6,2%, пријатељи - 5,3%, Град културе - 5,3%, Миран град - 5,3%.

Начин резервације смештаја и задржавање на дестинацији

Када је реч о начину резервације смештаја, највише резервација је остварено преко рођака и пријатеља, чак 49,1% (38,9% страних и знатно више домаћих туриста (63,6%). На другом месту по учесталости начина резервације смештаја, наводи се резервација смештаја преко неког резервационог система (40,4%).

Графикон 8. Начин резервације смештаја



Када је реч о дужини боравка, страни туристи су у Новом Саду највише боравили два дана- 36,2%, а затим, три дана (19,1%), те 4-5 дана (18,1%). Домаћи туристи задржавали су се највише два дана (31,8%), три дана (30,3%), те 4-5 дана (13,6%).

Извори информисања о Новом Саду као туристичкој дестинацији

Графикон 9. Извори информисања о Новом Саду као туристичкој дестинацији



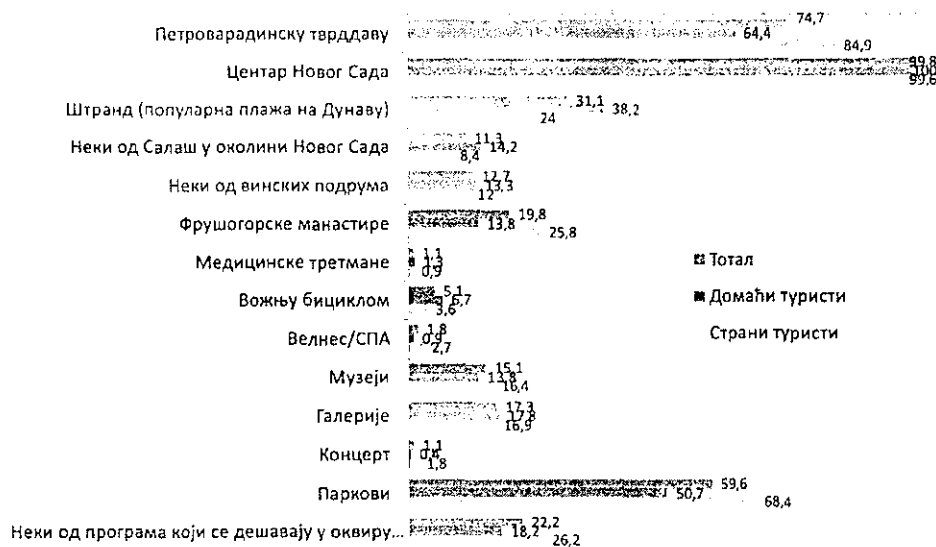
Доминантни извор информисања о Новом Саду код већине домаћих туриста је лично искуство из претходних посета, што наводи њих 86,7%. Потом следе интернет сајтови, што издваја 52,9% испитаних и препоруке партнера и рођака, што наводи 32,4% домаћих туриста. Код страних туриста ситуација је другачија. Основни извор информисања о Новом Саду су интернет сајтови и друштвене мреже, што наводи 66,7% страних туриста, позитивно лично искуство - 52,4% и препоруке партнера рођака, које издваја 51,1% страних туриста.

Када се говори о сајтовима и друштвеним мрежама у контексту информисања о Новом Саду, код домаћих туриста је најзаступљенији званичан сајт ТОНС-а, у 8,0% случајева, а ту је и *Instagram* профил ТОНС-а, који издваја 6,7% домаћих туриста. Код страних туриста издваја се *novsad.travel*, коју наводи 11,1% њих, затим *booking.com*, кога помиње 10,7% страних туриста. Мали број туриста се информише у информативном центру Новог Сада - домаћи туристи (5,8%) и страни туристи (22,2%). Генерално, 93,7% туриста који су користили услуге Информативног центра ТОНС-а, каже да су им те информације изузетно користиле.

Посећеност туристичких знаменитости

Најатрактивније локације у Новом Саду за туристе, без веће разлике између страних и домаћих туриста су: центар - кога је посетило 99,8% туриста, затим Петроварадинска тврђава, где је у октобру било 74,7% посетилаца, те паркове који је посетило 59,6% туриста и на крају Шtrand који је посетило 31,1% туриста.

Графикон 10. Посећеност туристичких знаменитости од стране туриста



Треба истаћи да је неке од програма у оквиру престонице културе посетило 26,2% страних и 18,2 домаћих туриста.

Задовољство посетом и препоруке

Укупно 90,2% домаћих туриста и 94,2% страних туриста би сигурно препоручило другима да посете Нови Сад, што је врло висок проценат и указује на висок ниво задовољства.

Када изражавају разлоге задовољства Новим Садом домаћи туристи између осталог у највећој мери издвајају културно-историјско наслеђе (42,2%), близину туристичке дестинације (34,7%), те гостопримство (33,8%). Код страних туриста издвајају се културно-историјско наслеђе (77,8%), природне атракције (38,7%), те и гастрономска и енолошка понуда (37,3%). Укупно 97,3% туриста је задовољно туристичком посетом Новом Саду. Потпуно задовољних домаћих туриста је 78,7%, док је овај проценат код страних туриста износи 73,3%.

Кратак сиже - закључна разматрања

Даље развијање туристичке понуде Града Новог Сада треба да узме у обзир следеће кључне налазе:

1. Туристе у Новом Саду доминантно чине особе старосне доби од 31 до 50 година (43,6%). Домаћи туристи у Новом Саду су претежно средњег образовања (58,2%), док су страни туристи најчешће високог образовања (60,4%). Већина туриста (72,7%) има просечне приходе.
2. Бијељина (4,0 %), Осијек (3,1%) и Бања Лука (3,1%) су градови из којих долази највише страних туриста. Највише страних туриста је из бивше Југославије (41,8%), и Источне Европе (24,9%). Домаћи туристи долазе највише из Београда 32,9%, Сомбора 5,3% и Ниша 4,4%. Већина туриста је већ посетила Нови Сад.
3. Културно историјско наслеђе је најчешћи мотив путовања у Нови Сад код 91,6% странаца и 66,7% домаћих туриста. Од природних атракција доминира Дунав, а код културно историјских атракција на првом месту је Петроварадинска тврђава.
4. Најчешћи начини резервације смештаја је преко сајта *booking.com*, код 27,3% домаћих и 52,6% страних туриста.
5. Инстаграм је доминантна друштвена мрежа за стране туристе (65,1%) када треба поделити утиске, док је код домаћих туриста (61,8%) то *Facebook*.
6. Већина страних (98,7%), као и домаћих туриста (93,3%), би поново посетили Нови Сад и задовољни су посетом.

16. СТУПАЊЕ НА СНАГУ И ДАТУМ ОБЈАВЉИВАЊА

Програм развоја туризма Града Новог Сада за период 2023 -2025. године ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у „Службеном листу Града Новог Сада“.



Република Србија
МИНИСТАРСТВО ТУРИЗМА И
ОМЛАДИНЕ
Сектор за туризам
Број: 011-00-39/2023-03
Датум: 17.05.2023. године
Београд

Град Нови Сад
ГРАДСКА УПРАВА ЗА ПРИВРЕДУ
Број: 1987/2023-VI
Датум: 15.05.2023
Нови Сад

Handwritten signature

АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
Градска управа за привреду
Господин Саша Билиновић, в.д. начелника

21000 НОВИ САД
Руменичка 110а

Предмет: Мишљење на „Програм развоја туризма Града Новог Сада
за период од 2023. до 2025“

Веза: Ваш електронски допис од 14.05.2023. године

Поштовани,

Обавештавамо Вас да се Сектор за туризам Министарства туризма и омладине упознао са садржајем коригованог документа „Програм развоја туризма Града Новог Сада за период од 2023. до 2025“ који нам је достављен ради давања мишљења на исти.

С тим у вези, констатовано је да је садржај истог усаглашен са одредбама Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86 од 19. јуна 2020).

Имајући у виду горе наведено, Сектор за туризам Министарства туризма и омладине нема примедби ни додатних сугестија.

С поштовањем,



ДРЖАВНИ СЕКРЕТАР

Handwritten signature
Велимир Кандић